

Die wirtschaftliche Entwicklung der Türkei zwischen Weltmarktintegration und politischen Herausforderungen

Halder, Gerhard

Veröffentlichungsversion / Published Version
Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Halder, G. (2017). Die wirtschaftliche Entwicklung der Türkei zwischen Weltmarktintegration und politischen Herausforderungen. *Europa Regional*, 23.2015(3), 33-53. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-52894-0>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

Bericht

Die wirtschaftliche Entwicklung der Türkei zwischen Weltmarktintegration und politischen Herausforderungen

GERHARD HALDER

Zusammenfassung

Der vorliegende Beitrag stellt den Strukturwandel der türkischen Wirtschaft in den Kontext gesellschaftlicher Veränderungen und einer zunehmenden Einbindung in weltweite Wirtschaftskreisläufe. Der Wandel wird auf räumliche und sektorale Ebenen bezogen und mit endogenen und exogenen Faktoren begründet. An endogenen Faktoren ist an erster Stelle der Aufstieg anatolischer Provinzmetropolen zu Schwerpunkten industrieller Produktion zu nennen, die sich zunehmend vom Standort Istanbul emanzipieren. Trotz der weiter bestehenden Dominanz des Nordwestens ist in vielen anatolischen Städten die wirtschaftliche Dynamik stärker. Parallel und verbunden mit dem wirtschaftlichen Aufstieg dieser „anatolischen Tiger“ verläuft der politische Aufstieg der AKP. Als Interessenvertretung der aufstrebenden Provinz war das Ziel die Ablösung der bisher vorherrschenden, kemalistischen Eliten in Wirtschaft und Politik. Die Konturen dieser Gegenbewegung lassen sich gesellschaftspolitisch mit einer autoritär-konservativen und wirtschaftspolitisch mit einer liberalen Haltung umreißen. In vielen Provinzmetropolen bestand zwischen Wirtschaft und Politik ein entsprechendes Einvernehmen, das eine Grundlage für den wirtschaftlichen Erfolg bildete und schließlich die Machtübernahme der AKP auf Landesebene legitimierte. Exogene Faktoren des wirtschaftlichen Erfolgs liegen v. a. in der Integration in Produktionsnetzwerken. Es gelingt türkischen Unternehmen zunehmend, technologisch Anschluss zu finden und Design- und Markenkompetenz aufzubauen. Dies wird an den wichtigen Branchen des Fahrzeugbaus sowie der Textil- und Bekleidungsindustrie gezeigt, die gemeinsam fast ein Drittel der Industriebeschäftigten der Türkei stellen.

Türkei; Strukturwandel; Anatolische Tiger; Produktionsketten; Textil- und Bekleidungsindustrie; Automobilindustrie

Abstract

Turkey's economic development: Between world market integration and political challenges

This article places the shifting structure of the Turkish economy in the context of social changes and increasing integration into global economic flows. It examines the spatial and sectoral aspects of this process, which it explains using endogenous and exogenous factors. The endogenous factors include the rise of Anatolia's provincial centres. As they develop into hubs for industrial production, these cities are increasingly losing their dependence on Istanbul. Despite the continued dominance of the north-west, many Anatolian cities are enjoying stronger economic momentum. The economic rise of these "Anatolian tigers" has been paralleled by a related phenomenon: the political rise of the AKP. Representing the interests of Turkey's emergent provinces, the AKP's aim was to replace the Kemalist political and business elites who dominated the country's past. This countermovement combines authoritarian, conservative social policy with a liberal economic stance. In many provincial centres, business and political circles reached an understanding that laid the foundations for the economic success and ultimately legitimised the AKP's take-over of power at national level. The exogenous factors behind the economic success lie primarily in the country's integration into production networks. Turkish companies are increasingly keeping pace with new technology and building design and branding expertise. The article illustrates this trend using the automotive, textile and clothing industries. Together, these important sectors account for almost a third of industrial employment in Turkey.

Turkey; structural change; Anatolian tigers; production chains; textile and clothing industry; automotive industry

Die Entwicklung der Türkei ist für Europa von erheblichem Interesse. Ihre randständige Lage prädestiniert sie für eine Brückenfunktion, umso mehr, als dort die kulturellen und religiösen Vorstellungen einer islamischen Welt auf ein bislang modernes Staatsverständnis treffen. Darüber hinaus besitzt die Türkei sicherheitspolitisch eine strategische Lage und bietet wirtschaftlich sowohl einen Absatzmarkt von relevanter Größe, als auch lukrative Investitionsmöglichkeiten, unter anderem durch die junge und gut ausgebildete Bevölkerung. Schließlich ist die Türkei mit Europa auch durch die Migrationsbewegungen der vergangenen Jahrzehnte verbunden und die Beitrittsgespräche zur EU ermöglichen grundsätzlich eine engere Bindung in der Zukunft (vgl. ULUSOY 2010). Der vorliegende Beitrag hat deshalb das Ziel, die wirtschaftliche Entwicklung eines dynamischen Schwellenlandes in unserer Nachbarschaft zu erörtern, zu dem in jüngerer Zeit wenig gearbeitet wurde. Es besteht ein erheblicher Forschungsbedarf zu unterschiedlichen Themen, die in diesem Beitrag lediglich andiskutiert werden können. Grundlage der Beschreibungen und Analysen sind Sekundärdaten unterschiedlicher Organisationen, die vor dem Hintergrund von Fachaufsätzen und grauer Literatur bewertet werden. Ergänzend liegen Informationen aus extensiven Gesprächen mit Unternehmern, Managern und Vertretern von Organisationen vor, die an den Standorten Bursa, Kayseri, Gaziantep und Tekirdag geführt wurden. Es handelt sich dabei um keine systematischen sozialwissenschaftlichen Interviews, sondern um Hintergrundgespräche, die zu unterschiedlichen Anlässen geführt werden konnten. Sie haben somit illustrierende, aber keine belegende Funktion.

Der Beitrag gliedert sich in drei Teile, die auf unterschiedlichen räumlichen und inhaltlichen Ebenen wirtschaftliche Prozesse in der Türkei analysieren. Das erste Kapitel beschreibt den Verlauf der jüngeren wirtschaftlichen Entwicklung anhand von Kenndaten und bietet Erklärungen auf der Makroebene an. Die wirtschaftliche Entwicklung wird dabei als Ergebnis

von früheren Handlungen und gleichzeitig als Rahmenbedingungen des jeweils gegenwärtigen Handelns begriffen. Ihre Darstellung trägt zum Verständnis der Prozesse auf räumlichen Ebenen (Teilräume) und wirtschaftlichen Teilbereichen (Branchen) bei, wie sie in den folgenden Kapiteln diskutiert werden. Auf der räumlichen Ebene ist die dynamische Entwicklung anatolischer Provinzmetropolen von herausragender Bedeutung. Die Fragestellung für das zweite Kapitel betrifft deshalb die Gründe, die zu den Industrialisierungsprozessen in Anatolien geführt haben sowie gesellschaftliche und politische Folgen. Es wird deutlich, dass der Erfolg gleichermaßen auf den endogenen Faktoren einer günstigen Standortpolitik und unternehmerischen Entscheidungen beruht, als auch auf exogenen Faktoren im Zuge globaler Restrukturierungen von Beschaffungsmärkten und Produktionsketten. Das dritte Kapitel vertieft dies am Beispiel zweier Leitbranchen, in denen fast die Hälfte der Industriebeschäftigten der Türkei Arbeit finden. Da die Textil- und Bekleidungsindustrie einerseits und die Automobilindustrie andererseits zudem in hohem und zunehmendem Maße exportorientiert sind, ist ihre Bedeutung für die türkische Wirtschaft herausragend. Gleichwohl waren zu Beginn der letzten Dekade die Prognosen für beide Branchen schlecht; für die textilen Branchen wegen des Wettbewerbsdrucks, insbesondere aus China, für die Automobilindustrie wegen der drohenden Aufgabe der relativ kleinen Montagewerke aus Rentabilitätsgrenzen am Ende von Investitionszyklen. Die Fragestellung des dritten Kapitels betrifft deshalb die Gründe, weshalb sich beide Branchen dennoch positiv entwickeln konnten. Der Beitrag endet mit Schlussfolgerungen.

Entwicklungspfade der türkischen Wirtschaft

Die Entwicklung der türkischen Wirtschaft unterlag in den vergangenen Dekaden immer wieder Schwankungen, deren Stärke den meisten Ländern Europas unbekannt war. Die Industrialisierung der 1960er und 1970er Jahre war

bemerkenswert, aber erstens auf wenige westliche Zentren um das Marmarameer und Izmir beschränkt und zudem überwiegend darauf ausgerichtet, den Bedarf des Binnenmarktes zu decken (PAMUK 2010). Es entsprach den damaligen politischen Zielen der Regierungen, über eine Importe substituierende Entwicklung zunächst eigene Kompetenzen aufzubauen (ÖZASLAN 2005; ATIYAS u. BAKIS 2015). In anderen Landesteilen verblieb die Industrialisierung bis auf Ausnahmen wie die Çukurova oder punktuell erfolgreiche Dezentralisierungsbemühungen in den Anfängen stecken (HÜTTEROTH u. HÖHFELD 2002). Trotz der starken Förderung bis in die 1990er Jahre hinein vermochte es die türkische Wirtschaft weder, Anschluss an die hoch entwickelten Länder zu finden und auf dem Weltmarkt konkurrenzfähig zu werden, noch die enormen wirtschaftlichen Disparitäten des Landes abzubauen. Die wirtschaftlichen Eliten des Landes sträubten sich in dieser Phase gegen eine stärkere wirtschaftliche Integration mit westeuropäischen Ländern, fürchteten sie doch um die Wettbewerbsfähigkeit ihrer Produkte (PAMUK 2008, S. 268). Die Exporte verharrten konsequenter Weise auf niedrigem Niveau.

Staat, Gesellschaft und Wirtschaft folgten bis in die 1980er Jahre einer Spielart des fordistischen Entwicklungsmodells (vgl. EVREN 2002). Die Regierungen förderten große Unternehmen und Konglomerate in der Hoffnung, diese könnten die wirtschaftliche Entwicklung des Landes nach innen wie nach außen erzwingen. Schutzzölle, Staatsaufträge und Maßnahmen zum Ausbau der Infrastruktur ergänzten direkte Förderungen der Großindustrie. Dabei entstand eine enge Verflechtung der republikanisch gesinnten Unternehmen mit den säkularen Eliten (BUĞRA 1994). Im Vergleich zu den meisten Staaten Mittel- und Westeuropas konnten die Gewerkschaften nur eine begrenzte Gegenmacht aufbauen. Die schwere Wirtschaftskrise zum Ende der 1970er Jahre führen schließlich ab 1982 zum Übergang zu einer angebotsorientierten Politik, die bis heute vertieft wird. Einen Überblick über die Entwicklung

der türkischen Wirtschaft für mehrere Indikatoren gibt Abbildung 1. Sie spiegeln weltwirtschaftliche Tendenzen sowie innenpolitische Veränderungen wider.

Nach dem Übergang der Regierungsgewalt auf eine Zivilregierung waren die 1980er Jahre gekennzeichnet von einer galoppierenden Inflation, die bis Ende der 1990er Jahre tendenziell weiter zunahm und erst nach den Stabilisierungsprogrammen seit 2002 auf Werte unter 10 % zurückging (vgl. YÖRÜKOĞLU u. ÇUFADAR). Das preisbereinigte Bruttoinlandsprodukt wuchs dabei in deutlicher Abhängigkeit von weltwirtschaftlichen Vorgaben in Boomphasen um fünf Prozent und mehr und näherte sich in schwierigen Phasen drei Prozent an. Die stärkste Erschütterung der türkischen Wirtschaft der vergangenen 20 Jahre war die Bankenkrise des Jahres 2001, die sich im Zuge des weltweiten Abschwungs nach Dotcom-Krise und Terroranschlägen Bahn brach. Im Kern handelte es sich um eine institutionelle Krise, da Banken Kredite nach politischer Opportunität vergaben und sich weniger an der wirtschaftlichen Solvenz der Gläubiger orientierten. Wirtschaftspolitische Maßnahmen um die Neuordnung des Bankenwesens führten zu einer Eindämmung der Inflation und einer engen Ausgabenpolitik des Staates, um das Vertrauen der Anleger zu sichern (vgl. ÖZTURK u. ARAS 2011). Die AKP-Regierung verdankte ihren Wahlerfolg 2002 auch der schwierigen wirtschaftlichen Lage, sie konnte dann aber an den Erfolg von bereits zuvor eingeleiteten Maßnahmen anknüpfen.

Die AKP ist darüber hinaus das politische Organ einer breiten Gegenbewegung zur bislang europäisch orientierten Elite in der Türkei, die abstrahiert eine Alternative zur Moderne westlicher Prägung sucht. Die Bewegung ist gesellschaftspolitisch mehrheitsfähig, da sie keinen radikalen Bruch propagiert, sondern in kleineren Schritten einen „eigenen“ türkischen Weg, der v. a. wirtschaftlich an die kapitalistische Welt angeschlossen ist (SEUFERT 2012). Gleichwohl sind Ziele und Maßnahmen in der Türkei und darüber hinaus sehr umstritten.

Gesellschaftlich wird eine Rekonzeptionalisierung der türkischen Identität angestrebt, die historisierend an eine osmanische Vergangenheit anknüpfen und auch außenpolitisch eine entsprechende eigenständige Rolle als „Zentralmacht“ spielen will (UGLEN 2010, SEUFERT 2012). Das osmanische Reich wird dabei als zivilisatorischer Widerpart zu Europa angesehen, das die Nachbarvölker positiv zu integrieren vermochte, sich aber „als einzige Zivilisation“ dem Anpassungsdruck einer europäischen Moderne erfolgreich entgegenstellte (MOORE u. DANNREUTHER, 2009). Wirtschaftspolitisch kommt dem einzelnen Bürger eine dem Ganzen dienende Rolle zu, familienorientiert und pflichtbewusst, also eine durchaus investoren- und wachstumsfreundliche Konstruktion (vgl. KEYMAN u. KOYUNCU 2005).

Die wirtschaftliche Seite des Erfolgs der AKP-Regierung ist mit einer starken Industrialisierung von Teilen Zentralanatoliens verbunden (vgl. Kap. 2, Karte 1). Dort haben sich, v. a. in den Provinzmetropolen, exportintensive „Industriedistrikte“ (ÖZASLAN 2005, AKGÜNGÖR 2006) aus KMUs entwickelt. Sie zeigen ein starkes Wachstum entgegen den Trends der bisherigen türkischen Peripherie und mit deutlich endogenen Wurzeln. Die lokal und regional eigenständige Entwicklung der Unternehmen erfolgte in enger Abstimmung mit örtlichen politischen Akteuren und fand eine politische Vertretung in politisch konservativ-islamischen Bewegungen, aus denen schließlich die AKP hervorging.

Die Bevölkerung in den Provinzhauptstädten Anatoliens ist seit jeher stärker traditionellen Werten verbunden als jene in den westlichen Zentren wie Istanbul oder Izmir. Familie, Religion und Herkunft bilden Orientierungspunkte des Handelns, die den Einzelnen stark verpflichten. Die jüngeren Führungskräfte pflegen diese Wertvorstellungen, auch wenn sie vielfach in den westlichen Zentren oder gar im Ausland ausgebildet wurden. Ihr zunehmender Erfolg steht im Gegensatz zur bestenfalls mäßig erfolgreichen Großindustrie und stellte

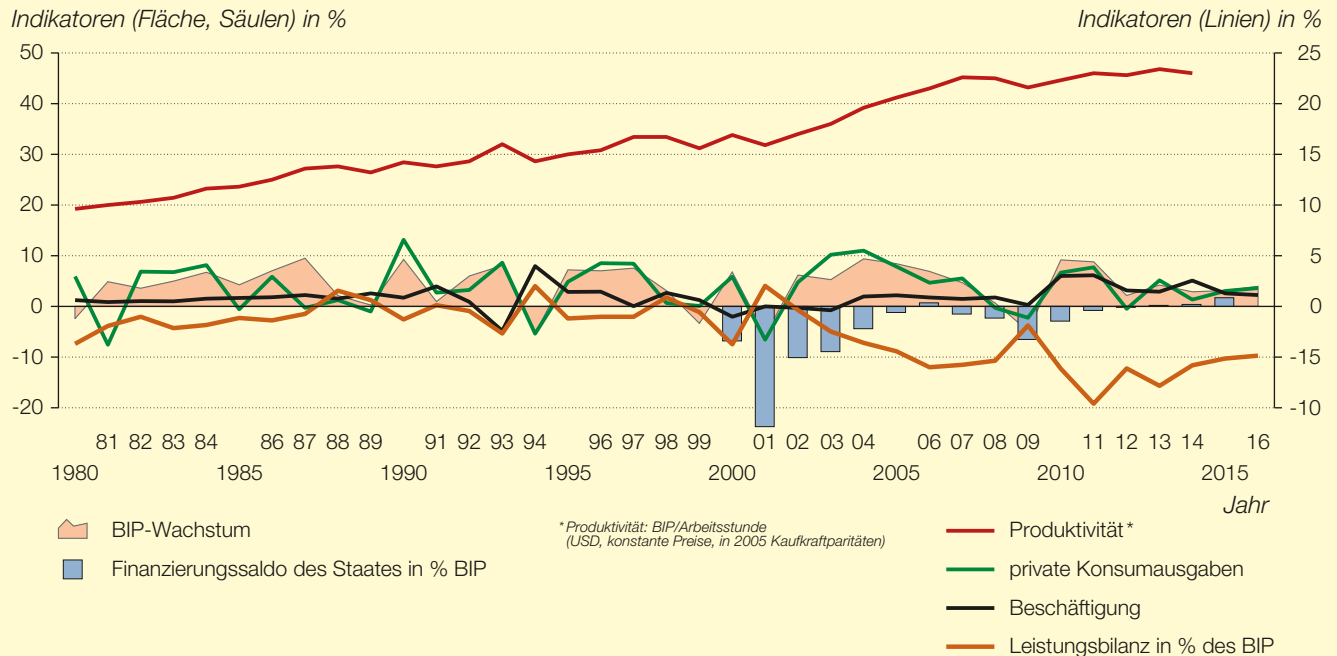
damit den Gestaltungsanspruch der bisherigen Wirtschaftselite sowie die verbundenen säkularen politischen Eliten in Frage (SEUFERT 2012, S. 11). Der politische Aufstieg der AKP in den 1990er Jahren ist eng mit dem Erfolg der neuen anatolischen Wirtschaftselite verbunden (KRAMER 2007). Der parteipolitische Islamismus versteht sich dabei als politische Vertretung der konservativen Händler, Kleinunternehmer und KMUs Anatoliens („grünes Kapital“ genannt) gegen die Interessen des („großen“) Kapitals aus den westlichen Zentren (DEMIR, ACAR u. TOPRAK 2004). Der sozioökonomische Kitt besteht dabei im „Entwurf einer kulturell monistischen Gesellschaft (...), in der Konflikte schon deshalb nicht ausbrechen, weil sich ihre Mitglieder einer gemeinsamen Mission verpflichtet fühlen“ (SEUFERT 2012, S. 12).

Die wirtschaftlichen Erfolge der Türkei seit den 2000er Jahren stehen in engem Zusammenhang mit dem Aufstieg dieser neuen Elite. Sie bestehen erstens in einem relativ stabilen Wirtschaftswachstum, einer Ausweitung der Exportwirtschaft, sowie in einer vergleichsweise positiven Bilanz auf dem Arbeitsmarkt (Abb. 1; vgl. ATİYAS u. BAKIS 2015). Gleichwohl sind vier deutliche Schwächen erkennbar, welche die Erfolge relativieren und neben den gegenwärtigen politischen Unsicherheiten die wirtschaftlichen Aussichten trüben. Es sind dies Probleme der Leistungsbilanz, anhaltende Herausforderungen auf dem Arbeitsmarkt, die verhaltende Entwicklung der Produktivität und weiter bestehende räumliche und soziale Disparitäten.

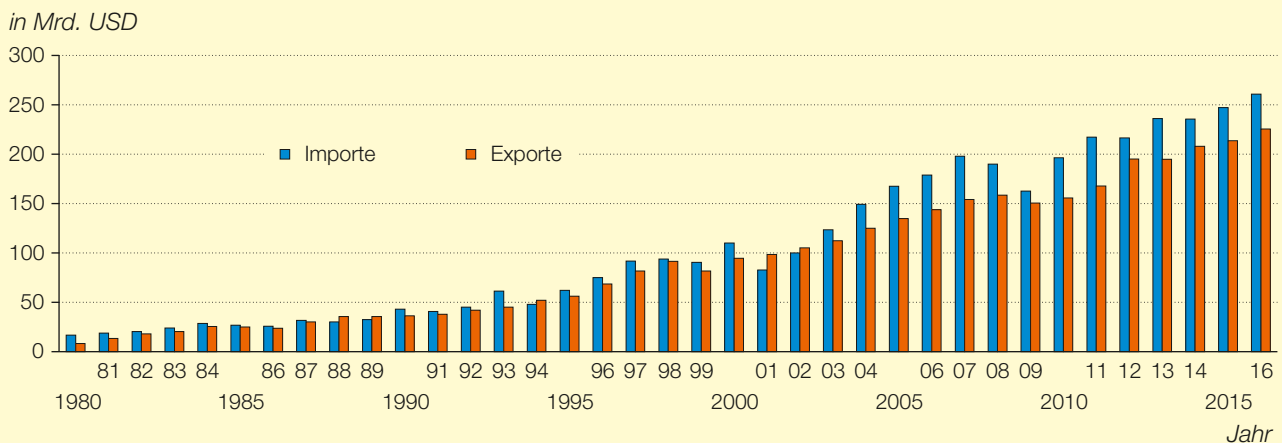
1. Der Fehlbetrag in der Leistungsbilanz der türkischen Wirtschaft betrug im Durchschnitt der Jahre 2011 bis 2013 jeweils mehr als 60 Mrd. USD. Für das Jahr 2013 setzte es sich wie folgt zusammen: Negative Faktoren waren die Handelsbilanz mit -80 Mrd. USD, dabei stehen 243 Mrd. USD an Importen 163 Mrd. USD an Exporten gegenüber, sowie die Einkommensbilanz mit -9 Mrd. USD, z. B. aus saldierten Abflüssen aus Zinsen, Dividenden, Beteiligungen oder Lizenzen. Dem gegenüber steht

Türkei Entwicklung der Wirtschaft 1980–2016

Wirtschaftsindikatoren



Importe und Exporte Güter und Dienste



Quellen: Oecd 2015, Eurostat: Statistiken des Staatssektors [cpc_ecgov], eigene Berechnungen (2015–2016: Schätzungen der Oecd)

ifl
IfL 2017
Autor: G. Halder
Grafik: T. Balcke

Abb. 1: Entwicklung der türkischen Wirtschaft 1980 bis 2016

eine positive Dienstleistungsbilanz mit 23 Mrd. USD, darunter Einkünfte aus Tourismus, sowie 1 Mrd. USD an laufenden Übertragungen, darunter die inzwischen stark zurückgegangenen privaten Überweisungen aus dem Ausland. Wegen der geringen Ersparnisse, sowohl von Unternehmen als

auch von Privatpersonen, ist die türkische Wirtschaft zur Finanzierung der negativen Leistungsbilanz auf hohe Kapitalimporte angewiesen (CHOPRA u. HUSAIN 2011). Damit ist das Land aber externen Schocks ausgesetzt, wenn bei Abschwüngen der Weltwirtschaft oder relative Veränderungen

von Renditeerwartungen viele Gläubiger kurzfristig Kapital abziehen. Es folgen dann regelmäßig starke Zinserhöhungen und scharfe Krisen. Auf der Ausgabenseite ist das größte Problem der hohe Importüberhang, der sich im Wesentlichen aus drei Quellen speist: Erstens hat das wachsende BIP

zur Verbreiterung der Mittelschichten geführt, der relativ hohe formelle Beschäftigungsstand allgemein zu gewachsenen Einkommen, was eine anhaltend lebhaft Nachfrage bewirkt, darunter für importierte Güter (OECD 2014, S. 19). Zweitens brachte die zunehmende weltwirtschaftliche Integration einen Anstieg importierter Zwischenprodukte. In vielen Erzeugnissen der türkischen Industrie sind heute hochwertige und hochpreisige Komponenten enthalten, die zuvor eingeführt wurden (vgl. ATİYAS u. BAKIS 2015). Ein Anstieg der Exporte – obwohl notwendig zur Verringerung der Leistungsbilanz – führt deshalb auch zu einem deutlichen Anstieg der Importe, die Werte von 60 % (Fahrzeugbau) bis 80 % (Elektronikprodukte, Metallwaren) der Exporterlöse betragen können (KUTLAY 2015). Drittens importiert die Türkei in hohem Umfang Energieträger, deren Preise bis in die jüngste Zeit überdurchschnittlich hoch waren.

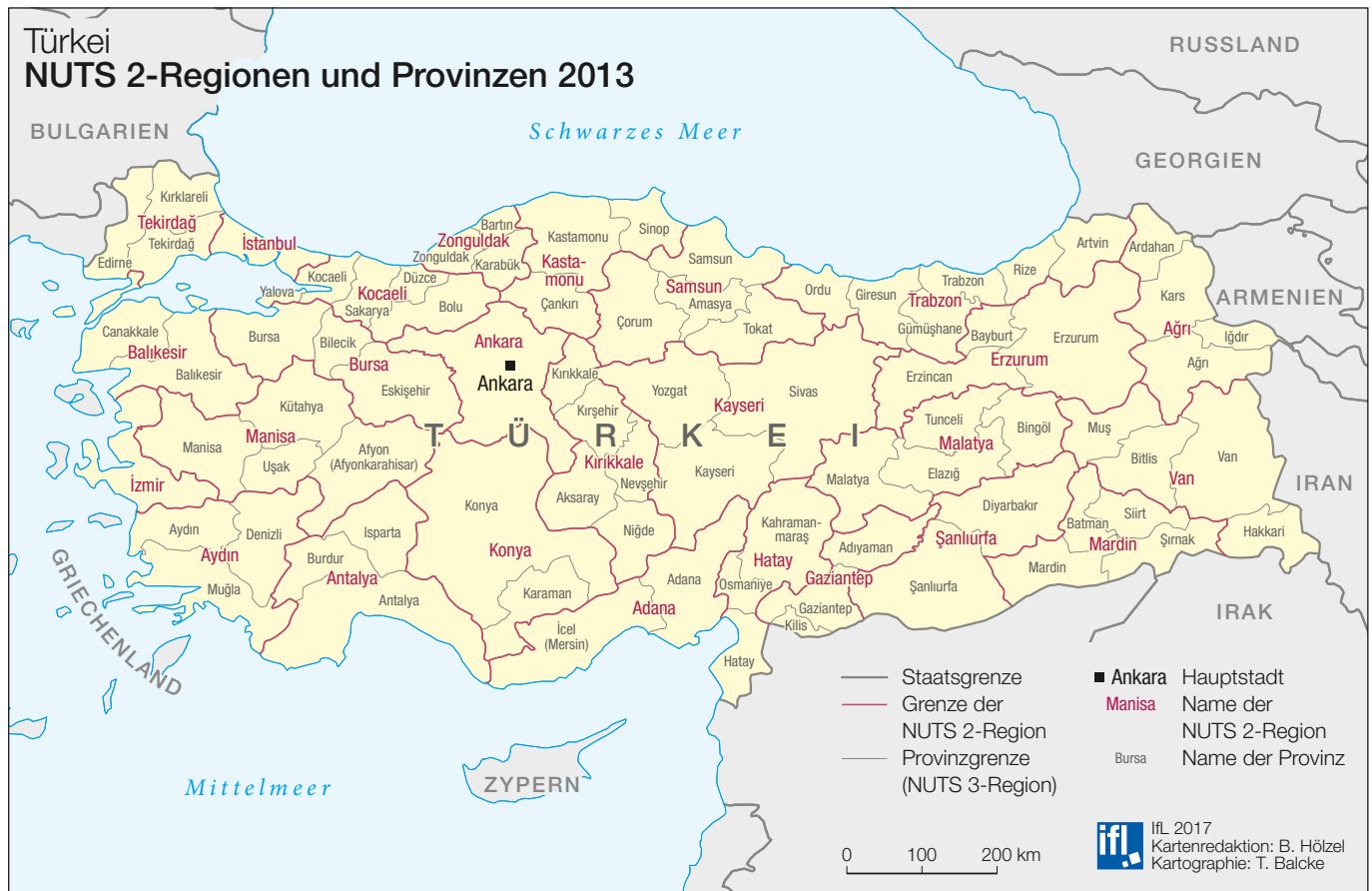
2. Angesichts der stetig wachsenden Bevölkerung ist die Beschäftigungspolitik eine dauerhafte Herausforderung für alle Regierungen gewesen. Ein vertiefter Blick seit den 2000er Jahren wird zunächst die Verwerfungen im Zuge der Bankenkrise des Jahres 2001 erkennen, als die Anzahl der formellen Beschäftigungsverhältnisse um fast 9 % zurückging (Abb. 1). Die Gesamtbeschäftigung stieg jedoch in der anschließenden Wachstumsphase zwischen 2004 und 2013 um 30 % an, d. h. um fast 5,9 Mio. auf 25,5 Mio. Arbeitsplätze. Der Beschäftigungsaufbau hat sich damit in der letzten Dekade deutlich verstärkt. Andererseits hat sich dank einer jungen Bevölkerung die Zahl der Menschen im erwerbsfähigen Alter (15-64 Jahre) seit 2004 um 8,3 Mio. auf 55,7 Mio. im Jahr 2013 erhöht, sodass sich parallel zum Beschäftigungsaufbau die – euphemistisch ausgedrückt – Arbeitsmarktreserve um 1,8 Mio. auf 27,3 Mio. Personen erhöht hat. Diese Menschen, darunter Arbeitslose mit einer Rate um 10 %,

als Selbständige klassifizierte Menschen, mithelfende Familienmitglieder sowie informell Beschäftigte, blieben vom wirtschaftlichen Erfolg weitgehend ausgeschlossen (vgl. bereits OECD 2008, S. 33). Im Jahr 2014 hat die Beschäftigungsreserve mit 19,5 Mio. Frauen und 7,8 Mio. Männern eine ausgesprochene Geschlechterdimension. Es ist davon auszugehen, dass konservative Politiker auch vor diesem Hintergrund eine stärkere wirtschaftliche Teilhabe von Frauen ablehnen und eine familienbezogene Rolle für sie propagieren. Seit 2010 wächst die Beschäftigung erstmals stärker als die Bevölkerung im erwerbsfähigen Alter. Die Zunahme der Beschäftigung in jüngster Zeit wird jedoch mit einer deutlichen Abschwächung des Produktivitätswachstums begleitet.

3. Eine wirtschaftspolitische Herausforderung ist die große Ungleichheit der Unternehmen des produzierenden Gewerbes in Bezug auf Leistungsindikatoren. Insbesondere Kleinunternehmen weisen in einem internationalen Vergleich in ihrer Größenklasse die geringste Produktivität auf und beschäftigen mehr als 50 % ihrer Belegschaft informell (OECD 2014, S. 30). Dem stehen mittelständische und große Unternehmen gegenüber, die hinsichtlich der Produktivität vielfach internationalen Maßstäben genügen. Die International Labour Organisation bemerkt zudem, dass beim wirtschaftlichen Aufschwung der letzten Dekade Produktivitätsgewinne in erster Linie durch eine Intensivierung des Arbeitsprozesses und weniger durch technologische Fortschritte erzielt wurden (HERR u. SONAT 2013). Insgesamt wird diese Segmentierung der Wirtschaft als starkes Wachstumshemmnis angesehen (OECD 2014), weshalb die türkische Regierung große Anstrengungen zur Abhilfe unternimmt. Wirtschaftspolitische Maßnahmen zur Innovationsförderung und zum Know-how-Transfer betreffen die gesamte Palette an Instrumenten, darunter Steuererleichterungen für

Wagniskapital und staatlich gesicherte Kreditbürgschaften für kleine Unternehmen. Der zehnte Entwicklungsplan mit einer Laufzeit zwischen 2014 bis 2018 nennt die Erhöhung von Produktivität neben der Bildung von Ersparnissen als vorrangiges Ziel (DPT 2014). Damit ergeben sich aber Zielkonflikte: Unter sonst gleichen Bedingungen geht eine höhere Produktivität zu Lasten der Beschäftigung, da das Nachfragewachstum sehr hoch sein müsste, um gleichzeitig hohes Produktivitätswachstum und hohe Neueinstellungen zu erreichen. Unter den gegebenen Umständen einer nahezu stagnierenden Weltwirtschaft ist dies kaum zu erwarten.

4. Der lange anhaltende wirtschaftliche Aufschwung der 2000er Jahre führte zu einem deutlichen Anstieg der durchschnittlichen Einkommen, was sich dank der relativ geringen Inflation positiv auf die Kaufkraft auswirkte. Abbildung 2 zeigt den Anstieg der Kaufkraft pro Kopf in internationalen Dollars berechnet und in Kaufkraftparitäten, die das Preisniveau berücksichtigen. Im Zuge dieses Aufschwungs sank auch die Einkommensungleichheit, nach Daten der Weltbank ausgedrückt durch den Gini-Koeffizient der Einkommensungleichheit, von 0,53 im Jahr 2003 kontinuierlich auf 0,44 im Jahr 2011. Weitere Indikatoren für Armut entwickelten sich im Durchschnitt ebenfalls positiv. Auch wenn Armut, auch aus den genannten Schwierigkeiten des Arbeitsmarkts heraus, weiter ein drängendes Problem der Türkei bleibt, sind Verbesserungen in einer Phase eingetreten, in der die meisten Länder weltweit eine Zunahme der Ungleichheit verzeichneten. Auch die räumlichen Disparitäten bleiben in der Türkei hoch, trotz der Erfolgsgeschichte mehrerer zentralanatolischer Provinzzentren. Von den 81 Provinzen erwirtschaften die 19 Erfolgreichsten ca. 90 % der Wertschöpfung und beziehen ebenfalls 90 % der industriellen Arbeitsplätze auf sich (PAMUK 2008). Auf der Ebene



Karte 1: NUTZ 2-Regionen und Provinzen in der Türkei 2013

der 26 Regionen (NUTS 2-Ebene) sind die Disparitäten ebenfalls deutlich erkennbar (Abb. 3), auch wenn die größeren Raumeinheiten Extreme verdecken.

Neben diesen wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Problemen steht die Türkei zur Mitte des Jahrzehnts vor außen- und innenpolitischen Herausforderungen, die auf die Wirtschaft zurückwirken können und die außerhalb einer Prognose liegen. Gleichwohl ergeben sich aus den gezeigten Problembereichen Zwänge für die zukünftige wirtschaftliche Entwicklung. Auch in den kommenden Jahren wird die Bevölkerung im erwerbsfähigen Alter zunehmen und auf den Arbeitsmarkt drängen und die Regierungen werden Anstrengungen unternehmen, über wirtschaftliches Wachstum auch ein Beschäftigungswachstum anzustoßen. Deshalb mag es sich lohnen, die wachstumsstarken Räume sowie die Leitbranchen zu untersuchen, denn sie sind in besonderem

Maße die Träger der zukünftigen Wirtschaftsentwicklung.

Der Aufstieg der „anatolischen Tiger“ zwischen Topos, Mythos und Realität

Der Grad der wirtschaftlichen, v. a. aber der industriellen Entwicklung fiel im anatolischen Binnenland abseits der wirtschaftlichen Zentren an Ägäis und Marmarameer bis in die 1990er Jahre hinein rasch ab (vgl. TÖPFER 2005). In Einklang mit Theorien zur räumlichen Entwicklung förderte die türkische Regierung in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts zunächst die Entwicklung von Leitsektoren und Aktivräumen und hoffte auf Sickereffekte. Trotz punktueller „Kathedralen“ in Form von hoch subventionierten Ansiedlungen von Zweigwerken großer Unternehmen gelang weder der Regierung noch den geförderten Großunternehmen eine Industrialisierung Anatoliens in einer Weise, die der wachsenden Bevölkerung Beschäftigung

und Wohlstand gesichert hätte (vgl. HÜTTEROTH u. HÖHFELD 2002).

Die Industrialisierung Anatoliens setzte folglich nur langsam ein, ganz überwiegend getragen von lokalen Erfolgen und in einem Prozess von mehreren Jahrzehnten Dauer. Kristallisationspunkte waren Provinzmetropolen mit einer hohen Zentralität im zumeist ländlich-peripher geprägten Umland. Sie erzielten vor dem Hintergrund eines geringen Ausgangsniveaus rasch hohe Wachstumsraten. In den 1990er Jahren nahmen Akteure aus Wissenschaft, Wirtschaft, Politik und Medien mehrere international geführte Diskurse zur regionalwirtschaftlichen Entwicklung auf und bezogen sie auf die türkischen Gegebenheiten. Dies waren einerseits die Debatte um die Übertragbarkeit des Erfolgs der Industriedistrikte Italiens und andererseits der Aufstieg der zweiten Generation der Tigerstaaten Asiens (vgl. BUĞRA 1997). Seither hat der Begriff der „Anatolischen Tiger“ Eingang in die wissenschaftliche Literatur

gefunden. Eigentlich handelt es sich bei den „Anatolischen Tigern“ aber um städtische Ökonomien, auf die aus Gründen der Datenverfügbarkeit Provinzdaten bezogen werden. Diese funktionale Vereinfachung ist in den meisten Fällen zulässig, da abseits der Provinzmetropolen kaum Industrie ansässig ist.

In empirischen und konzeptionellen Schriften werden erfolgreiche Provinzmetropolen Anatoliens summarisch als „Tiger“ besprochen, auch wenn das Wachstum zeitlich differenziert einsetzte, die Dynamik uneinheitlich verlief und die Ursachen der Erfolge sehr unterschiedlich sind. Häufig, aber nicht immer, ist eine Leitbranche vorhanden oder sind Cluster-Strukturen erkennbar (AKGÜNGÖR 2006), z. B. in Denizli und Gaziantep (Textil und Bekleidung), in Kayseri (Möbel) oder in Konya (Metallverarbeitung, Maschinen- und Anlagenbau). Andere wie Çorum oder Kahramanmaraş (ERSOY 2011, S. 244) prosperieren ohne einen auffälligen Branchenschwerpunkt. Eine empirische Studie von ÖZASLAN (2005) belegt, unter dem Eindruck der Industriedistrikt-Debatte stehend, das Wachstum der Standorte Denizli, Gaziantep, Çorum, Kayseri und Kahramanmaraş im peripher gelegenen Anatolien (Tab. 1). Die Indikatoren beziehen sich auf das durchschnittliche Wachstum der Türkei und zeigen bereits in den 1980er Jahren und trotz zeitlich unterschiedlicher Wachstumsdynamik eine günstige Entwicklung der „Tiger“ gegenüber den anderen Provinzen. In den 1990er Jahren setzte dann ein gewaltiger Boom ein, der alle Indikatoren bis auf den BIP-Anteil betrifft. Dort zeigt sich das Potential der westlichen Provinzen der Türkei und der Bedeutung der Dienstleistungen für das Aufkommen des BIPs. Die Datengrundlage der o.g. Arbeiten bildete die strukturelle Unternehmensstatistik, die im Jahr 2002 letztmalig veröffentlicht wurde.

Die Entwicklung der Jahre 2006 bis 2010 untersuchen ATIYAS u. BAKIS (2013). Dazu haben die Autoren Mikrodaten auf Betriebsebene ausgewertet, die Ergebnisse auf Provinzen (NUTS-3 Regionen) aggregiert und diese dann aus Gründen

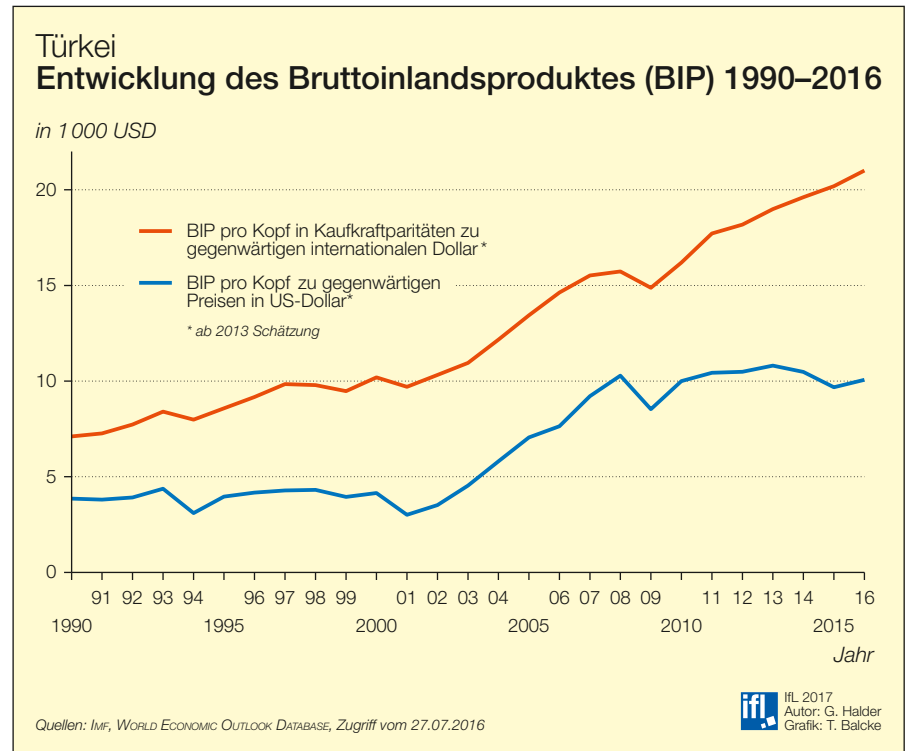


Abb. 2: Entwicklung des Bruttoinlandsproduktes 1990 bis 2016

der Darstellung in drei Gruppen zusammengefasst. Die traditionellen Zentren sowie Räume in deren Umland, die einem aktuellen Suburbanisierungsprozess der Industrie unterliegen, sind in der „West“-Gruppe zusammengefasst. Es handelt sich um die Provinzen Adana, Ankara, Antalya, Aydin, Balıkesir, Bursa, Istanbul, Izmir, Kocaeli, Tekirdag und Zonguldak. Ihre Regionalwirtschaften weisen im Jahr 2010 immer noch eine starke Stellung des Verarbeitenden Gewerbes auf, mit 28,6 % der Beschäftigung und 46,3 % der Wertschöpfung. Dem stehen „Tiger“-Provinzen gegenüber, Gaziantep, Hatay, Kayseri, Kastamonu, Kirsehir, Konya, Malatya und Van. Ihr Beschäftigungsanteil des Verarbeitenden Gewerbes liegt bei 30,3 %, der Anteil der Wertschöpfung bei 50,4 %. Unternehmen aus anderen Provinzen bilden eine wenig industrialisierte Restgruppe, mit 17,1 % Beschäftigten im Verarbeitenden Gewerbe und einem entsprechenden Wertschöpfungsanteil von 32,4 %. Die von TÖPFER (2005) aufgezeigte Rückständigkeit der peripher gelegenen Provinzen ist daher nahezu unverändert hoch.

In den Jahren 2006 bis 2010 nahm der Beschäftigungsanteil der

„Tiger“-Provinzen an der gesamtsstaatlichen Entwicklung nur geringfügig zu (um 0,13 % auf 21,99 %). Die Dynamik des Beschäftigungsaufbaus ist demnach in den Tiger-Regionen deutlich zurückgegangen, und zwar bereits vor Ausbruch der Weltfinanzkrise 2008. „Die Tiger“-Provinzen konnten jedoch ihren gesamtwirtschaftlichen Anteil an der Wertschöpfung um +2,8 % steigern und der Rückstand in der Arbeitsproduktivität hat sich gegenüber den West-Provinzen über alle Sektoren hinweg vom Faktor 1,4 (2006) auf 1,3 (2010) verringert. Zwischen 2006 und 2010 betrug das Produktivitätswachstum in den Tiger-Provinzen im Verarbeitenden Gewerbe 12,8 %, in anderen Branchen 20,1 %, gegenüber 4,2 % und -6,6 % in den West-Provinzen. Für die Türkei ist die Exporttätigkeit angesichts der Probleme hinsichtlich der Leistungsbilanz von besonderer Bedeutung. Hier konnten die Tiger-Provinzen ihren volkswirtschaftlichen Anteil 2006 und 2010 von 7,0 % auf 11,7 % erhöhen, d. h. die Bedeutung der Tiger für die Exporte nimmt ungebrochen zu (ATIYAS u. BAKIS 2013).

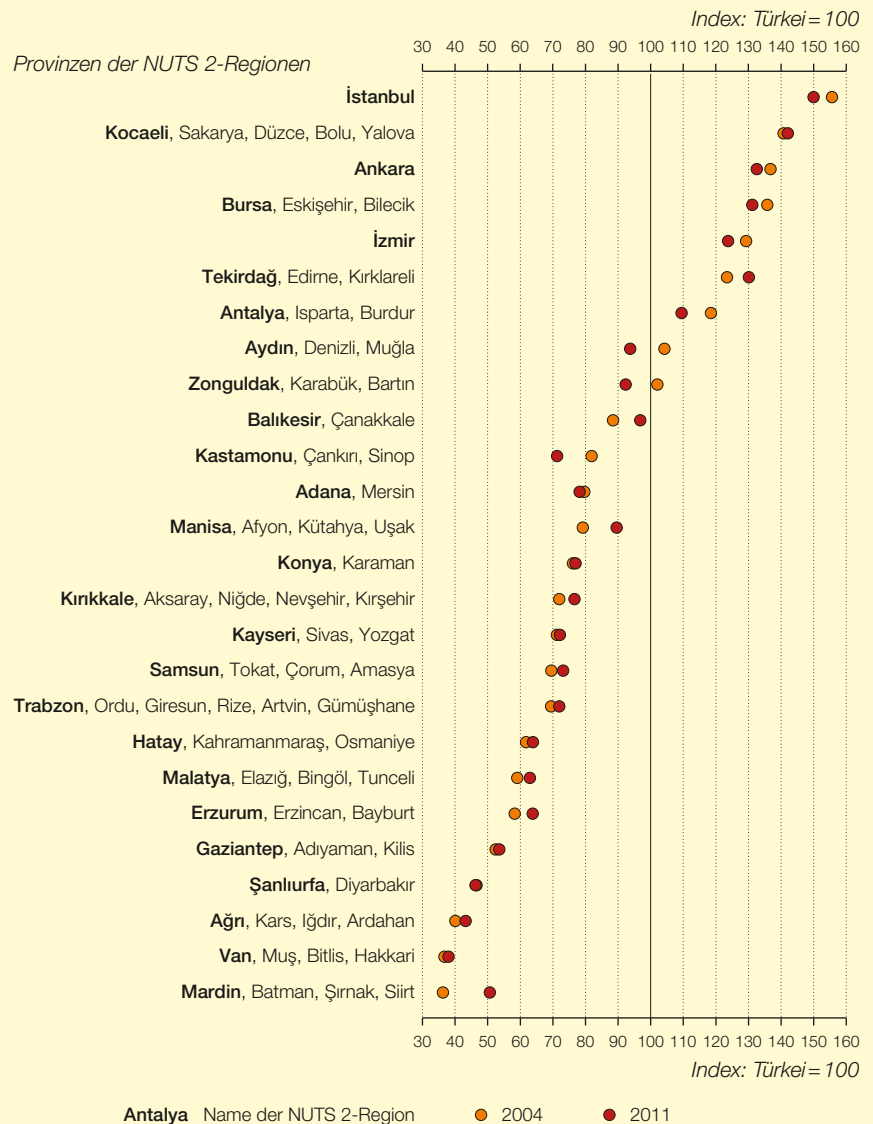
Innerhalb des Verarbeitenden Gewerbes bestehen sektorale Spezialisierungen zwischen den Provinzgruppen (Tab. 2). Die Tiger-Provinzen weisen noch einen Beschäftigungsschwerpunkt in der Nahrungsmittelindustrie auf (fast 20 %), im Textil- und Bekleidungssektor (19,1 % und 7,1 %), sowie bei mineralischen Produkten, v. a. Baustoffe. In vielen Branchen der Investitionsgüter nehmen sie eine Zwischenstellung ein zwischen den führenden West-Provinzen und der Restgruppe. Die Daten zur Wertschöpfung folgen weitgehend den Relationen der Beschäftigung. Die Herstellung von Textilien und Bekleidung tragen aber auch in der Provinzen der Westgruppe immer noch mit Anteilen über 25 % zu Beschäftigung und Wertschöpfung bei, jedoch mit stärkerer Gewichtung des höherwertigen Bekleidungssektors (17,1 %). Diese Daten enthalten nur die Anteile der formell Beschäftigten, d. h. die gesamte Beschäftigungswirkung ist deutlich höher. Der Fahrzeugbau, in den Tiger-Provinzen mit Werten unter 2 % kaum vertreten, steht in den West-Provinzen für fast 6 % der Beschäftigten und 10 % der Wertschöpfung. Die volkswirtschaftliche Bedeutung geht indes wegen des Einsatzes höherwertiger Technologie und technologischen Übersprungseffekten auf andere Branchen über die gegenwärtigen direkten Effekte hinaus.

Die Grundlage des Diskurses um die anatolischen Tiger ist wie gezeigt ein bemerkenswertes wirtschaftliches Wachstum in Verbindung mit Exporterfolgen aus der anatolischen Peripherie heraus. Eine Erklärung des Erfolges, der branchenspezifisch und raumspezifisch ungleichzeitig verläuft, bedarf der Berücksichtigung exogener, endogener sowie kontingenter Faktoren.

An exogenen Faktoren ist ein günstiges Zeitfenster der weltwirtschaftlichen Entwicklung zu nennen (ATİYAS u. BAKIS 2015). Die dynamische Phase der Globalisierung, v. a. während der 1990er Jahre, führte zum Aufbau weltweiter Produktionsnetzwerke (GEREFFI u. KOZENIEWICZ 1994), in denen die eigentliche Produktion zunehmend von den Zentren in die bisherige Peripherie ausgelagert wurde.

Türkei

Relative Wertschöpfung pro Einwohner 2004 und 2011 nach NUTS 2-Regionen



Quellen: TÜRKSTAT 2015, eigene Berechnungen

ifl 2017
Autor: G. Halder
Grafik: T. Balcke

Abb. 3: Relative Wertschöpfung pro Einwohner 2004 und 2011 (nach NUTS 2-Regionen der Türkei)

Gesucht wurden Standorte, deren Unternehmen erweiterungsfähige Kompetenzen aufweisen und bezüglich Preis, Qualität, Flexibilität, Liefergeschwindigkeit und Liefertreue in der Lage sind, kurzfristig *weltmarktfähig* zu werden (vgl. SCHMITZ u. KNORRINGA 2000). Die Exporterfolge der Tiger-Provinzen zeigen grundsätzlich, dass diese Bedingungen gegeben sind, für zwei Leitbranchen wird dies im folgenden Kapitel belegt.

In den Arbeiten von TOK (2014, 2011), SEUFERT (2012) und PAMUK (2008) finden sich endogene Erklärungen zur positiven Entwicklung, die nachstehend zusammengeführt werden. Erstens sind dies stadtbezogene Organisationskapazitäten, die sich in der Folge des 1984 verabschiedeten Metropolengesetzes entwickelten und die eine dezentrale Planungshoheit ermöglichen. Im Vordergrund stand die bedarfsgerechte Bereitstellung von

Infrastruktur in Form von Industrie- und Gewerbeparks mit Ver- und Entsorgungseinrichtungen, Verkehrsnetzen, Wohnraum für Beschäftigte, zunehmend auch die Organisation von ÖPNV. Kritisch sieht Tok (2008, S. 89) die Regionalförderung unter Gesetz 5084, die für Unternehmen in 49 Städten zu Steuererleichterungen und Energiebeihilfen geführt hat und er hinterfragt, ob dies nicht zu einer Kanalisierung des Wachstums zu Lasten anderer Räume geführt habe. Gleichwohl ist aber festzustellen, dass diese Förderung nicht zum Wachstum aller geförderten Städte geführt hat, also lokales Handeln ein wichtiger Faktor bleibt.

Zweitens lässt sich der Erfolg auch mit dem Auftreten einer jungen Generation von Unternehmern in der anatolischen Provinz verbinden, die vielfach im Ausland studiert haben und eine größere Weltläufigkeit mit dem Willen vereinen, in der Heimatstadt in das Verarbeitende Gewerbe, also risikoreich, zu investieren. Dieser Faktor wird in der türkischen Literatur kaum beachtet, ist aber eine Voraussetzung für das Wachstum und unterscheidet die Provinzmetropolen Anatoliens von zahlreichen Beispielen z. B. um das Mittelmeer, wo lokale Eliten die erwirtschafteten Erträge eben nicht lokal und unternehmerisch reinvestieren (vgl. STREECK 2013). Zwar wurde die Bedeutung zirkulärer Migration für die Wissensbasis von Regionalökonomien, insbesondere zwischen Räumen unterschiedlichen Entwicklungsstandes von SAXENIAN (2006) allgemein und an Beispielen aufgezeigt. Jedoch betreffen die Beispiele Silicon Valley (Software, IT) und Zirkulation aus China, Israel und Indien. Ob und in wie weit sich Ergebnisse auf den orientalischen Kulturkreis und seine Grensräume um das Mittelmeer übertragen lassen, ist eine offene Frage. Von besonderer Bedeutung ist dabei die Einschätzung von SAXENIAN und SABEL (2008), dass die Veränderungswirkung von Remigranten auf Institutionen jene des reinen Technologietransfers übertrifft.

Drittens und zunächst im Hintergrund entwickelte sich aus den lokalen

Türkei

Entwicklung von Betrieben, Beschäftigten, Wertschöpfung und BIP von „anatolischen Tigern“ zwischen 1980 und 2000 bezogen auf die jeweiligen Anteile an der Türkei

Index: 1980 = 100

„anatolischer Tiger“ (Auswahl)	Jahre	Betriebe	Beschäftigte	Wertschöpfung	BIP
Denizli	1980er	-16	27	13	0
	1990er	179	284	211	7
Gaziantep	1980er	-18	34	56	50
	1990er	45	135	273	25
Çorum	1980er	42	33	0	14
	1990er	22	63	85	0
Kahramanmaraş	1980er	109	68	57	0
	1990er	173	184	179	-18
Kayseri	1980er	5	0	-28	-8
	1990er	37	21	20	0
andere Provinzen	1980er	0	-1	0	0
	1990er	-4	-5	-3	0

Quellen: ÖZASLAN 2005, eigene Berechnungen

ifl 2017
Autor: G. Halder
Grafik: T. Balcke

Tab. 1: Entwicklung von Betrieben, Beschäftigten, Wertschöpfung und BIP von „anatolischen Tigern“ zwischen 1980 und 2000 (bezogen auf die jeweiligen Anteile an der Türkei)

Planungsprozessen im Laufe der Jahre eine enge wirtschaftspolitische Verzahnung. SEUFERT (2012) spricht von einer Symbiose zwischen lokaler Politik und lokalen Wirtschaftsinteressen. Einigend wirkte neben dem gemeinsamen Ziel einer Entwicklung der städtischen Ökonomien ein gemeinsamer Kampf um politische Repräsentation in Institutionen, die gesamtstaatlich von den westlichen Eliten und vom („großen“) Kapital aus den westlichen Zentren der Türkei geprägt war. Beispielhaft kann hier die Etablierung der Interessenvertretung der KMUs (MÜSIAD) neben der bisherigen Interessenvertretung TÜSIAD angesehen werden, die aus Sicht der Kritiker die Interessen großer Unternehmen aus den westlichen Landesteilen zu prominent vertreten hat (Tok 2015; PÉROUSE 2010, S. 30 veranschaulicht diesen institutionellen Wandel und implizit die Förderung von MÜSIAD durch die Zentralregierung am Beispiel von Planungsprozessen in der Marmara-Region). Zudem eint die politischen und wirtschaftlichen Akteure Anatoliens vielfach ein Unbehagen mit

der westlichen Moderne und entsprechend eine konservative gesellschaftliche Geisteshaltung, die gleichwohl kapitalistische Prinzipien weitgehend akzeptiert.

Viertens ist die Rolle religionsbasierter (islamischer) Beziehungen und Netzwerke von Bedeutung. Die Unternehmen in den Tiger-Städten sind überwiegend von kleiner bis mittlerer Größe und mit begrenztem Zugang zu Kapital. Dieses entstammt dann entweder aus reinvestierten eigenen Gewinnen oder ist über Personennetzwerke vermittelt. Eine wichtige Kapitalquelle für Investitionen im Zuge der Industrialisierung Anatoliens seit den 1980er Jahren waren nach HOSGÖR (2011, S. 345) auch Überweisungen von Migranten aus Europa, was inzwischen deutlich zurückgegangen ist (s.o.). Kredite von Banken spielen bis heute eine untergeordnete Rolle, was einerseits das Wachstum begrenzt, andererseits die Stabilität von KMUs in Krisen erhöht.

Neben diesen Prozessen, die in vielen Städten ähnlich verlaufen, sind zudem einzelne Sonderfaktoren bekannt, die hier

Türkei

Regionale Anteile von Beschäftigung und Wertschöpfung des verarbeitenden Gewerbes 2010
 in westlichen Provinzen, den „anatolischen Tigern“ und anderen Regionen

Branche	Beschäftigung			Wertschöpfung		
	westliche Provinzen	„anatolische Tiger“	andere Provinzen	westliche Provinzen	„anatolische Tiger“	andere Provinzen
Food	9,35	19,87	33,49	9,08	19,05	31,56
Beverages	0,51	0,24	0,64	1,75	0,31	1,26
Tobacco	0,24	NA	NA	0,24	NA	NA
Textiles	9,60	19,11	4,35	6,86	18,06	3,49
Wearing apparel	17,11	7,17	8,90	7,68	3,36	3,91
Leather	2,00	1,22	1,22	0,98	0,58	1,31
Wood except furniture	1,94	2,90	6,24	1,31	2,04	4,11
Paper and paper products	1,90	0,84	0,42	2,28	1,01	0,42
Printing and media	2,08	1,01	1,77	1,44	0,38	1,28
Coke and refined petroleum	0,29	0,11	0,04	2,30	0,12	0,07
Chemicals and chemical products	2,66	0,87	0,50	5,79	1,53	0,33
Pharmaceuticals	1,52	0,08	NA	3,95	0,07	NA
Rubber and plastic	5,91	4,91	4,90	6,41	4,10	1,93
Other non-metallic mineral	5,10	10,16	14,14	6,63	10,33	28,53
Basic metals	3,60	3,90	2,01	6,61	14,73	4,80
Fabricated metal products	9,04	8,89	6,18	6,29	6,53	2,23
Computer, electronic, optical	0,92	0,85	NA	1,50	1,70	NA
Electrical equipment	4,61	3,03	1,86	6,35	4,77	1,48
Machinery and equipment, nec	6,02	4,13	2,73	5,87	3,49	2,16
Motor vehicles	5,70	1,77	1,00	10,01	1,92	1,06
Other transport equipment	1,27	0,44	0,37	2,08	0,64	0,17
Furniture	4,87	6,75	5,28	1,85	4,62	1,69
Other manufacturing	2,03	0,89	2,09	1,40	0,39	1,54
Repair installation of mach. & equip.	1,74	0,86	1,05	1,33	0,22	0,60
Summe	100,01	100,00	99,18	99,99	99,95	93,93

Quelle: ATYAS U. BAKIS 2013, S. 18

 ifl 2017
 Autor: G. Halder
 Grafik: T. Balcke

Tab. 2: Regionale Anteile von Beschäftigung und Wertschöpfung des Verarbeitenden Gewerbes 2010 in westlichen Provinzen, den „anatolischen Tigern“ und anderen Regionen

nur cursorisch angeführt werden können, aber zur wirtschaftlichen Entwicklung einen großen Beitrag leisten (z. B. ÖZCAN 1996, KAYA 2006). So spielen in Konya, einem überregional bedeutsamen Wallfahrtsort, Kapitalanlagen, die im Einklang mit strengen Auslegungen des Korans stehen, eine bedeutende Rolle für die Finanzierung von Industrialisierungsprozessen. Eine Sonderstellung nimmt auch Gaziantep ein. Gespräche mit Vertretern von wirtschaftsnahen Institutionen erklären den außergewöhnlichen Erfolg

Gazianteps mit drei Faktoren, die v. a. auf die Lage der Stadt am Rande von Konfliktträumen zurückzuführen sind. Erstens ist die Stadt die erste „sichere“ Großstadt im Westen des politisch unruhigen Ostanatoliens. Ersparnisse, die in den östlich gelegenen Räumen erwirtschaftet werden, finden in Gaziantep eine relativ sichere, aber eben nicht allzu weit entfernte Anlagemöglichkeit und tragen zum dortigen Investitionskapital bei. Zweitens werden gewaltige Erntemengen, die aus der Bewässerung weiter Landesteile im Osten

im Zuge des GAP-Projektes erwirtschaftet werden, in Gaziantep verarbeitet. Drittens profitiert der Standort seit vielen Jahre von seiner Grenzlage zu Nachbarländern, deren eigene Produktionskapazitäten für Investitions- und Konsumgüter durch Krieg und Bürgerkrieg schwanden. Gaziantep versorgt durch eigene Produktion und als Handelsdrehscheibe weite Teile der südlich gelegenen Nachbarräume. In Kayseri und Denizli schließlich ergeben sich aus ausgeprägten Cluster-Strukturen Chancen, die eine internationale

Interessenbündelung und Vermarktung ermöglichen und die von den Akteuren ergriffen werden. Hier wie dort organisieren Kammern und Exportagenturen auch die Erschließung weiterer Märkte und orchestrieren die Lösung von Problem-bereichen, welche viele Unternehmen gleichermaßen betreffen.

Die „dunkle Seite“ flexibler Produktion hat bereits Bennett HARRISON (1994) beschrieben und TOK (2014) zeigt diese für das Beispiel der anatolischen Tiger auf. So nützt die Einbettung von Unternehmen in politische Netzwerke ganz überwiegend wenigen Familien, die Gewinne maximieren können. Dem gegenüber hat die große Masse an arbeitenden Menschen und Migranten nur marginal Teilhabe am wirtschaftlichen Erfolg. Diese Einschätzung ist jedoch eine Frage des Vergleichsmaßstabs und der Perspektive. Die Akzeptanz einer relativ starken wirtschaftlichen Ungleichheit in der Bevölkerung muss vor dem Hintergrund der allgemeinen Wachstumsdynamik und dem erstarkenden Wertediskurs gesehen werden. Denn eine Zunahme der formellen Beschäftigung ist überall in den neuen Industriezentren erkennbar, ebenso eine wachsende Mittelschicht am Bauboom. Gleichzeitig unterliegen einfache Tätigkeiten und Produkte einem Verdrängungswettbewerb, sodass der sprichwörtliche „Sachzwang Weltmarkt“ auch über zahlreiche Insolvenzen greifbar ist. Der wesentliche Wettbewerbsfaktor der Tiger-Provinzen sind bislang niedrige Löhne, auch durch Vermeidung von Sozialversicherung und Gesundheitsvorsorge (PAMUK 2008, S. 270). Diese Faktoren erklären, dass der Organisationsgrad der Gewerkschaften in den neuen Industriezentren stärker als im Landesdurchschnitt zurückgeht, wie dies TOK (2014) am Beispiel der Städte Kayseri und Gaziantep aufzeigt.

Einen nicht zu unterschätzenden Einfluss auf die sozioökonomischen Beziehungen hat auch die erstarkte, traditions- und religionsbewusste Geisteshaltung des islamischen Konservatismus, der Gemeinschaft propagiert und Verbindungen schafft. Die Erneuerung

der traditionellen Bedeutung informeller Beziehungen bis hin zum Klientelismus ist eine Begleiterscheinung. Werden Gesprächspartner in Kayseri nach den Grundlagen des wirtschaftlichen Erfolges befragt, so verweisen sie stets auch auf die Strebsamkeit und Genügsamkeit der Bevölkerung als „lokale Tradition“. Wichtig sind Religion, Tradition (darunter Familiensinn) und Arbeit – und nicht mehr. Greifbar wird dies in einer Atmosphäre ruhiger Ernsthaftigkeit tagsüber und in „hochklappenden Bordsteinen“ nach Einbruch der Nacht. Bereits vor mehreren Jahren wurde der Topos von den „islamischen Calvinisten“ geprägt (vgl. ESI 2005) und seither gepflegt. Es ist anzunehmen, dass diese Konstruktion von den Gesprächspartnern nach öffentlichem Diskurs in den Medien aufgegriffen, reproduziert und so Teil einer Metaerzählung wird. AKTAY (2000, S. 177, zitiert nach CENGİZ 2012) misst dem Begriff der „islamischen Calvinisten“ eine nützliche Funktion in doppelter Hinsicht bei. Erstens sei er ein motivierender Faktor für die nationale Wirtschaftsentwicklung und die Konstruktion der nationalen Identität, zweitens drücke der Begriff den Wunsch aus, die Religion möge sich dem politischen Primat unterordnen und sich aus dem Eingriff in das Alltagsleben zurückziehen. Der Topos wird dabei unabhängig von der Frage seiner Angemessenheit ein Instrument im Kampf um den weiteren Weg in die Postmoderne der Türkei.

Die zukünftigen Wachstumsaussichten der Tiger-Provinzen sind nach ATİYAS und BAKIS (2013) von einer Erhöhung der Arbeitsproduktivität und von Innovationen abhängig. Dem steht der Produktionsschwerpunkt in einfachen Konsumgütern gegenüber, auf den bereits PAMUK (2008) hingewiesen hat: Textilien, Bekleidung, Nahrungsmittelverarbeitung, Metallverarbeitung, Holz- und Möbel sowie Chemikalien. Mit der Herstellung von Gütern im niedrigen Technologiebereich sind im Jahr 2010 nach ATİYAS und BAKIS (2013) noch 60 % der Beschäftigten betraut, die knapp 50 % der Wertschöpfung im Verarbeitenden Gewerbe

erwirtschaften gegenüber einem Hochtechnologiebereich mit 1,6 % der Beschäftigung und 2,09 % der Wertschöpfung. PAMUK (2008) sieht ein Problem in der anhaltenden Ausbeutung dieses Entwicklungsmodells, da es unmittelbar zu einer Konkurrenz um Arbeitslöhne gegenüber asiatischen Entwicklungs- und Schwellenländern führt, der kaum zu gewinnen ist. Es wird folglich darauf ankommen, die Arbeitsproduktivität zu erhöhen und/oder höherwertige Produkte oder Prozesse einzuführen (DPT 2014). Die größeren Unternehmen in den Tiger-Städten sind auf diesem Weg bereits fortgeschritten; es kommt nun darauf an, die Produktivität der kleineren Unternehmen in den Provinzmetropolen ebenfalls zu erhöhen. Der Abstand zu den West-Provinzen ist jedoch noch weit; dort sind lediglich 45 % der Beschäftigten (31 % Wertschöpfung) im niedrigen Technologiebereich und 4 % der Beschäftigten (7 % Wertschöpfung) im Hochtechnologiebereich tätig. Die Dynamik der F&E-bezogenen Input-Faktoren ist in allen Räumen stark positiv, allerdings in der West-Gruppe stärker als in der Tiger-Gruppe.

Letztlich wird es darauf ankommen, in wieweit es den Unternehmen in einem upgrading-Prozess gelingt, in Wertketten höherwertige Tätigkeiten und Funktionen zu übernehmen (SCHMITZ 2004). Allerdings vollzieht sich der Wettbewerb auf der Ebene von Branchen und Unternehmen differenziert. Das folgende Kapitel analysiert deshalb die zukünftigen Wachstumsaussichten sektoral bezogen auf zwei Leitsektoren der türkischen Wirtschaft und mit Blick auf Wertschöpfungsketten.

Die Textil- und Automobil-industrie als Motoren der türkischen Wirtschaft

Die Branchen der Textil- und Bekleidungsindustrie und des Fahrzeugbaus haben sich in der vergangenen Dekade zu Schrittmachern der türkischen Wirtschaft entwickelt. Gemeinsam geben sie fast einem Drittel der Industriebeschäftigten Arbeit (Fahrzeugbau 5,6 % und

Textil- und Bekleidung 26,6 %, ohne informell Beschäftigte), und erwirtschaften ein Viertel des Industrieumsatzes (Fahrzeugbau 14,5 %, Textil- und Bekleidung 9,1 %). Nach Berechnungen der OECD (2011) entstammen von den 15,9 Mrd. USD Bruttoexporten von Motorfahrzeugen und Anhänger/Aufbauten aus der Türkei 8,9 Mrd. USD türkischer Wertschöpfung. Von 17,9 Mrd. USD Bruttoexporten der Textil- und Bekleidungsindustrie entstammt eine Wertschöpfung von 13,9 Mrd. USD der Türkei, der Rest entfällt auf Vorprodukte aus anderen Ländern. Obgleich jede Branche für sich genommen eine Erfolgsgeschichte schrieb, könnten doch die Ursachen und Hintergründe der Prosperität unterschiedlicher nicht sein.

Die Textil- und Bekleidungsindustrie gilt als arbeitsintensive „Pionierindustrie“ mit relativ geringen Markteintrittsbarrieren. Teile der Branche unterliegen deshalb in besonderer Weise einem Kostenwettbewerb aus Ländern mit geringerem Lohnniveau. Wachstum oder auch nur ein Halten von Marktanteilen bedarf deshalb Anstrengungen, um höherwertige Tätigkeiten im Prozess der Produktion und Vermarktung zu besetzen. In einem Marktumfeld, das weltweit stärker zwischen Billigtextilien und Fashion segmentiert, wurde der türkischen Textil- und Bekleidungsindustrie zu Beginn der 2000er-Jahre ein Schrumpfungsprozess vorausgesagt (vgl. TAN 2001, GEREFFI u. EVGENIEV 2008). Auch dem Fahrzeugbau der Türkei wurde zu Beginn der 2000er Jahre eine schwierige Zukunft vorhergesagt. Steuervergünstigungen und andere Beihilfen für die in den 1990er Jahren errichteten Montagewerke liefen aus und sinkende Importzölle führten zu höheren Importen (EVREN 2002). Angesichts der tiefen wirtschaftlichen Krise zu Beginn des Jahrzehnts und einer anhaltend niedrigen Kapazitätsauslastung der türkischen Montagewerke schien ein Deinvestment in vielen Fällen möglich. Trotz der ungünstigen Aussichten haben sich beide Branchen in der letzten Dekade überaus günstig entwickelt. Dies sollen die folgenden Abschnitte aufzeigen.

Der Fahrzeugbau

Der Fahrzeugbau hat eine besondere volkswirtschaftliche Bedeutung für Schwellenländer. Dies liegt am höherwertigen Technologieniveau der Kernbranche und an Multiplikator Effekten durch die Integration mehrerer Technologiebereiche aus anderen Branchen des Verarbeitenden Gewerbes (vgl. EVREN 2002). An einen Standort stellt er u. a. die Anforderung, gut ausgebildete Beschäftigte in hinreichender Zahl bereit zu halten und fördert durch seine Existenz die Weiterentwicklung von Kompetenzen, auch in der Zulieferindustrie. Ein prosperierender Fahrzeugbau ist deshalb ein Indikator für die wachsenden technologischen Fähigkeiten einer Volkswirtschaft sowie ein positives Zeugnis für das Bildungs- und Ausbildungssystem.

Die Investitionen multinationaler Unternehmen der Automobilindustrie in den türkischen Fahrzeugbau waren angesichts hoher Zölle anfänglich eine Strategie der Importsubstitution. Vielfach handelte es sich um hoch subventionierte Montagewerke für importierte Teile (CKD – completely knocked down; vgl. EVREN 2002). Angesichts der stark ausgeprägten Konjunkturzyklen der türkischen Wirtschaft sowie mehrerer Strukturkrisen und innenpolitisch begründeten Schocks, schwankte der Absatz von Kraftfahrzeugen auf dem türkischen Binnenmarkt im Zeitverlauf stark (CULPAN u. GURSOY 2009). Die Folgen waren eine anhaltende Unterauslastung der Werke, was Druck auf die Rentabilität ausübte. Andererseits ist bei zunehmendem Produktionsvolumen die CKD-Fertigung ebenfalls unrentabel. EVREN (2002) nennt hier das Produktionsvolumen von 140.000 Fahrzeugen als Grenze. Bereits in den 1990er Jahren führte dies zur Ertüchtigung türkischer Teilehersteller durch einzelne Endfertiger. Leider gibt es keine Informationen darüber, in wieweit sich die Verbesserung der heimischen Zuliefererindustrie auf die Standortentscheidungen der Hersteller auswirkten.

Um die Jahrtausendwende ist ein strategischer Richtungswechsel der Endfertiger festzustellen (CULPAN u. GURSOY

2009). Denn angesichts des scharfen Wettbewerbs um die Standortgunst durch mehrere aufstrebende Schwellenländer einerseits und einem hohen Investitionsdruck an mehreren veralteten türkischen Standorten andererseits schien ein vollständiger Rückzug aus der Türkei in vielen Fällen möglich. Tatsächlich gibt es auch Beispiele eines solchen Rückzugs, z. B. GM/Opel, aber die meisten Akteure haben sich zu umfangreichen Investitionen entschlossen, teilweise verbunden mit organisatorischen Veränderungen. Ein entscheidender betriebswirtschaftlicher Indikator ist dabei die Produktionskapazität: liegt sie unter etwa 100.000 Fahrzeuge pro Jahr, sind die Kostendegressionseffekte der Fixkosten zu gering für den Aufbau einer profitablen Produktion (ABELE, KLUGE u. NÄHER 2006).

Die strategischen Ansätze zielen nun ergänzend auf den Export, um die Schwankungen des Binnenmarktes auszugleichen und eine kontinuierlichere Auslastung der Produktion oberhalb der kritischen Schwelle zu ermöglichen. Damit wurden viele Standorte in der Türkei als vollwertige Teile in globale Produktionsstrategien der jeweiligen Unternehmen integriert, gegenüber der früheren Beschränkung auf die Produktion günstiger, aber teilweise veralteter Modelle für den türkischen Markt. Der zunehmende Export von Fahrzeugen, ganz überwiegend in Länder der EU bedeutet faktisch, dass über das exzellente Händlernetz der großen Akteure ein Marktzugang für türkische Produkte geschaffen wurde, was türkische Fahrzeugproduzenten auf sich alleine gestellt nicht so rasch erreicht hätten (CULPAN u. GURSOY 2009). Die Modernisierung von Maschinen und Anlagen führte zudem zu einem Technologietransfer über Sickereffekte in andere Branchen sowie zu Lernprozessen. Es spricht viel dafür, dass die räumliche Lage der Türkei mit den Möglichkeiten zum Erschließen des Nahen Ostens sowie der turksprachigen Staaten in Verbindung mit dem großen und wachsenden türkischen Binnenmarkt und der Annäherung an westliche Standards im Zuge der Beitrittsverhandlungen die

Entscheidungen für strategische Investitionen in der Türkei erleichtert haben. Seit der Weltfinanzkrise des Jahres 2008 zielen die Strategien der Hersteller erneut auf den stark gewachsenen türkischen Binnenmarkt, der sich nach der Krise rasch erholte und zur Stütze der Produktion entwickelte. In jüngster Zeit (2012 bis 2014) investierten die fünf größten Akteure weitere 2,7 Mrd. USD in neue Modelle und Produktionsausweitungen (ISPAT 2014).

Im Jahr 2013 waren in der Türkei 30 Betriebe mit der Herstellung von Kraftwagen und Kraftwagenmotoren befasst (Nace Rev. 2; Nr. 291). Dies ist eine drastische Konsolidierung in kurzer Zeit gegenüber dem Höchststand des Jahres 2005 (47 Betriebe). In ähnlicher Weise schrumpften die Hersteller von Kraftfahrzeugteilen auf 2.079 im Jahr 2012 und damit auf das Ausgangsniveau von 2003, nachdem 2009 mehr als dreitausend Betriebe gezählt wurden. Ungeachtet der zunehmenden Konzentration auf Betriebsebene wächst das Beschäftigungsvolumen der Branche zwischen 2003 und 2013 um über 100 % auf 170 Tsd. Personen. Die gesamte Produktionskapazität beträgt 2015 nach Daten des Branchenverbandes OSD (2015) etwa 1,2 Mio. PKW, 39 Tsd. LKW, 391 Tsd. Pick Up, 11 Tsd. Busse, 43 Tsd. Kleinbusse und 65 Tsd. Traktoren, insgesamt etwa 1,8 Mio. Fahrzeuge. Die Kapazitätsauslastung der Hersteller liegt seit 2009 anhaltend bei 70 %, allerdings wurden die Kapazitäten schrittweise ausgeweitet, seit 2002 um etwa 70 %. Die Standorte des Fahrzeugbaus sind stark auf den Nordwesten Anatoliens konzentriert (vgl. Tab. 3). Eine Besonderheit des Fahrzeugbaus in der Türkei ist der vergleichsweise hohe Anteil an ausländischem Kapital an den Unternehmen von durchschnittlich 73 %, im Vergleich zu 17 % an den Unternehmen der Gesamtwirtschaft (vgl. Tab. 4). So hat z. B. Toyota die Anteile des türkischen Partners übernommen, um vollständige Handlungsfreiheit zu erlangen.

Die vorliegenden Karten, z. B. in ROTHER (2001), DELOITTE (2010) und ISPAT (2014) zeigen dies nur eingeschränkt, da

sie sich auf Endfertiger (OEM-Hersteller) beschränken und Hersteller von Nutzfahrzeugen insbesondere von Landmaschinen berücksichtigen, nicht aber die Zulieferer. So werden in den drei am Marmarameer gelegenen Provinzen Bursa, Kocaeli und Istanbul sowie in Adapazarı, der Hauptstadt der angrenzenden Provinz Sarıkaya, 90 % der in der Türkei gefertigten Fahrzeuge hergestellt. Darüber hinaus sind diese Räume Standort von 77 % der 279 im Zuliefererverband organisierten Unternehmen.

Angesichts der günstigen Entwicklung des letzten Jahrzehnts haben sich die türkischen Hersteller und Zulieferer ehrgeizige Ziele gesetzt. Nach YILMAZ (2011) planen sie mit Unterstützung der Regierung eine eigene, türkische Automarke, da alle wesentlichen Kompetenzen in der Türkei vorhanden seien. Allerdings ist die gewählte Branche denkbar schlecht für ein Prestigeprojekt dieser Art geeignet, da im Kostenwettbewerb die Degressionseffekte durch Gleichteile entscheidend sind. Es darf bezweifelt werden, ob dem isolierten Vorhaben einer „türkischen Automobilmarke“ trotz der vorhandenen technologischen Kompetenz Erfolg beschieden sein wird. Es ist weiter zweifelhaft, ob die MNUs diese neue Konkurrenz wohlwollend begleiten werden. Funktionales Upgrading bringt die Zulieferer unweigerlich in einen Interessenkonflikt mit ihren Kunden (vgl. SCHMITZ 2004). Der ernsthafte Versuch eines funktionalen Upgradings könnte die strategische Entscheidung der OEMs für die Türkei als Produktionsstandort gefährden und damit die eindrucksvolle bisherige Entwicklung des türkischen Fahrzeugbaus.

Die jüngere Entwicklung der Textilindustrie

Die Textil- und Bekleidungsbranchen bilden einen wesentlichen Pfeiler der türkischen Wirtschaft. Obwohl Klein- und mittelgroße Unternehmen überwiegen, gehören immerhin 66 Unternehmen zu den 500 Größten der Türkei, etwa 30 sind kapitalmarktfinitziert und an der Börse in Istanbul notiert. Die beiden

Branchen beschäftigten im jüngsten veröffentlichten Meldejahr 2013 in 83.013 Unternehmen 936.605 Menschen und tragen mit über 18 % zum türkischen Export bei (TÜRKSTAT 2013). Wie in vielen Schwellenländern ist es auch in der Türkei schwierig, die Beschäftigungseffekte des Textil- und Bekleidungssektors exakt zu bestimmen, da die amtliche Statistik diese systematisch unterschätzt. Kleine selbständige Unternehmer ohne abhängig Beschäftigte, Heimarbeiter sowie Beschäftigung im informellen Sektor müssen dazugerechnet werden, soll die Bedeutung des Sektors für eine Volkswirtschaft angemessen erfasst werden. Die Weltbank schätzt den Anteil der Textil- und Bekleidungsindustrie an der Gesamtbeschäftigung des Sekundären Sektors der Türkei deshalb auf 34,3 % (McNAMARA 2008). Wegen der Beschäftigungswirkung bleibt die Bedeutung dieser Branchen für die Türkei auf absehbare Zeit hoch.

Die nordwestlich gelegenen Räume um das Marmarameer auf der Thrakisch-Bithynischen Landfläche zwischen Tekirdag (Corlu), Istanbul und Kocaeli, mit einem Bogen um Iznik bis Bursa sind in besonderer Weise von der Textil- und Bekleidungsindustrie durchdrungen. Im Jahr 2002, dem Jahr der letzten Erhebung der strukturellen Unternehmensstatistik, vereinte der Nordwesten rund die Hälfte aller Betriebe, der Beschäftigten und des Umsatzes der Textilbranche; bei Bekleidung betragen diese Werte bei fast allen Indikatoren über 70 %. Auslagerungsprozesse v. a. aus Istanbul haben seither zu einer erheblichen Stärkung der Standorte auf der Thrakisch-Bithynischen Landfläche geführt, zwischen Tekirdag und Yalova. Die Dominanz der nordwestlichen Zentren besteht damit weiter. Daneben haben mehrere Standorte Kompetenzen für die Herstellung spezifische Produkte erworben. So stellen die Unternehmen in Usak vielfach Decken her; Bursa und Denizli sind spezialisiert auf gewebte Heimtextilien, während in Adana und Gaziantep in hohem Ausmaß Baumwolltextilien gefertigt werden. Gaziantep weist zudem Schwerpunkte in der Garnherstellung

und bei Textilmaschinen auf, Kahramanmaraş in der Garnherstellung und der Bekleidungsbranche. Dem gegenüber ist Istanbul und die weitere Marmararegion weniger spezialisiert, die Aktivitäten erstrecken sich vielmehr über eine große Bandbreite an Textilien (CEPS/WIIW 2005, S. 61).

Die 1990er Jahre brachten zunächst einen dynamischen Boom der Textil- und Bekleidungsindustrie im Zeichen der Integration in den Binnenmarkt der EU, in dem sich die Türkei zu einer wichtigen Bezugsquelle des Europäischen Textil- und Bekleidungsmarktes entwickelte. Eine der wesentlichen Ursachen des Erfolgs war eine erhebliche Verkürzung der Liefergeschwindigkeit als Folge von Investitionen und organisatorische Innovationen (TAN 2000). Die sektorale Beschäftigung nahm deshalb in den 1990er Jahren stark zu. Das Auslaufen des Welttextilabkommens zum Ende des Jahres 2004 führte zu einer beschleunigten Rationalisierung und Technisierung der Produktion und damit zu einer vergleichsweise günstigen Stellung im Weltmarkt zum Ende des Jahrzehnts, wie sie zu Beginn der 2000er-Jahre angesichts der drohenden Handelsliberalisierung nicht erwartet worden wäre. Gleichwohl führte die Unsicherheit über die Marktentwicklung in den Jahren 2004 und 2005 zunächst zu einem deutlichen Anstieg der Unternehmenszahl um 24 % in den Textilbranchen und um 22 % im Bekleidungsgewerbe, bei einem Absinken der durchschnittlichen Umsätze pro Betrieb um sieben bis 14 % (Textilbranchen) und sechs bis 15 % (Bekleidungsbranchen). Die durchschnittlichen Betriebsgrößen gingen in den Textilbranchen von 19 auf 15 Beschäftigte zurück, in den Bekleidungsbranchen von zehn auf acht Beschäftigte (TURKSTAT 2013). Diese Beobachtungen entsprechen grundsätzlich den Erwartungen von HOPKINS und WALLERSTEIN (1994) an die Dynamik von Produktionsketten. Nach deren Vorstellungen geben Unternehmen in Zeiten zurückgehender Erträge Tätigkeiten mit geringer Wertschöpfung an andere Unternehmen ab und

Türkei Standorte des Fahrzeugbaus und Abschätzung der Produktionskapazität

Standort	Kapazität Endmontage 2015	OEM-Hersteller	Zulieferer
Bursa	813 000	4	41
Kocaeli (Gebze, Gölcük, İzmit, u.a.)	677 000	5	89
Adapazarı	159 000	2	n.b.
Istanbul	15 000	2	85
Tekirdağ	15 000	1	6
Eskişehir	20 000	1	4
İzmir	20 000	1	26
andere Orte	115 000	6	28

Quellen: Osd 2015, TAYSAD 2010

ifl 2017
Autor: G. Halder
Grafik: T. Balcke

Tab. 3: Standorte des Fahrzeugbaus in der Türkei und Abschätzung der Produktionskapazität

erhöhen auf diese Weise die Anzahl der Kettenglieder (also der Unternehmen). Die beobachtete Zunahme der Unternehmenszahl bei gleichzeitigem Rückgang der durchschnittlichen Produktivität um etwa 20 % in beiden Branchen legen es nahe, dass die Auslagerungsprozesse regional und zu kleinen und deshalb flexiblen Unternehmen mit günstigeren Kostenstrukturen erfolgten. Gespräche mit Branchenvertretern bestätigen diese Einschätzung. Umgekehrt erfolgt eine vertikale Integration in prosperierenden Phasen, wenn sich auch Tätigkeiten rechnen, die zu Krisenzeiten nur wenig Ertrag oder gar Verluste erbringen. Diese Phase relativer Prosperität lässt sich sowohl für die Textil- als auch für die Bekleidungsbetriebe seit 2010 erneut beobachten.

Das Textilgewerbe der Türkei bestand im Jahr 2013 aus 24.619 Unternehmen mit 413.607 Beschäftigten. Es ist vergleichsweise breit in unterschiedlichen Teilsegmenten aufgestellt, von Weberei, Textilveredelung, Konfektion sowie gewirkten und gestrickten Stoffen und Fertigerzeugnissen. Nach Überwindung der Krise um die Mitte der 2000-er Jahre konnte die Textilindustrie ihre Umsätze in Euro bis 2013 um 50 % ausweiten, bei etwa stabiler Beschäftigung. Mehrere, zeitgleich ablaufende Prozesse sind zu beobachten. Erstens sinkt der

Wertschöpfungsanteil am Umsatz von 25 % (2003) auf 19 % (2010) ab, hat sich aber inzwischen wieder stabilisiert (21 % im Jahr 2013). Korrespondierend verdoppelt sich der Fremdbezug bei Textilien zwischen 2009 und 2013. Importdaten bestätigen diese Entwicklung grundsätzlich, d. h. die Türkei nutzt seit dem Krisenjahr 2008 in stärkeren Maße auswärtige Bezugsquellen. Die Arbeitsproduktivität steigt zwischen 2009 und 2013 um 30 % an. An den Teilbranchen entwickelt sich v. a. die Textilveredelung dynamisch. Die Anzahl dieser Unternehmen steigt zwischen 2003 und 2013 fast kontinuierlich um das Dreieinhalbfache auf 3.709 an, die Beschäftigung insgesamt um 20 %, während sich die Betriebsgröße halbiert, d. h. zahlreiche kleine, spezialisierte Betriebe besetzen Nischen. Über alle Teilbranchen hinweg steigt der Umsatz pro Beschäftigten in der Textilindustrie um 30 %, während die Beschäftigung und die Wertschöpfung nur moderat zulegen können. Insgesamt zeigt sich damit eine Konsolidierung der Beschäftigung auf hohem Niveau, was angesichts des Wettbewerbs uneingeschränkt als Erfolg gewertet werden muss. Teilweise erhebliche Veränderungen innerhalb einzelner Teilsegmente des Textil- und Bekleidungsgewerbes zeigen jedoch an, dass dieser Erfolg kein Selbstläufer ist, sondern Ergebnis harter Arbeit

Türkei
Fahrzeugbau – Organisationsformen und Produktionskapazitäten 2000 und 2015

Nr.	Firma	Produktion seit	Partner	Organisationsform 2000	Auslandsanteil ³ in %	Standort	Kapazität 2000 ¹	Kapazität 2010 ³ 2015 ⁴
PKW								
1	Tofaş	1971	Fiat	JV	37,9	Bursa	250 000	400 000
2	Oyak-Renault	1971	Renault	JV	51,0	Bursa	160 000	360 000
3	Hyundai Assan	1997	Hyundai	JV	50,0	İzmit	100 000	210 000
4	Toyota Ş.A.	1994	Toyota	ADI	100,0	Adapazarı	100 000	150 000
5	Anadolu Honda	1997	Honda	ADI	100,0	Gebze	30 000	50 000
6	Opel Türkiye	n.b.	GM	ADI	-	İzmir	25 000	stillgelegt
7	Otosan	2001 2014	Ford / Koc	JV	41,0	Gölcük (Kocaeli) Yeniköy (Kocaeli)	-	415 000 (incl. Nr. 8)
Nutzfahrzeuge								
8	Ford Otosan	1983	Ford	JV	41,0	Eskişehir/İstanbul	39 400	(incl. Nr. 7)
9	B.M.C.	n.b.	einheimisch		0,0	İzmir	21 500	20 000
10	Hyundai Assan	n.b.	Hyundai	JV	50,0	İzmit	20 000	(incl. Nr. 3)
11	Temsa	1987	Mitsubishi	L	0,0	Adana/Adapazarı	14 300	11 500
12	Otoyol	n.b.	Iveco Fiat		27,0	Adapazarı	12 200	stillgelegt
13	Karsan	1966	Peugeot	L	0,0	Bursa	25 000	52 000
14	Mercedes Türk A.S.	1968/85	Mercedes	JV	85,0	İstanbul/Aksaray	10 200	21 500
15	Chrysler	n.b.	einheimisch	n.b.	n.b.	Gebze	9 000	n.b.
16	Otokar	1963	Land Rover	L	0,0	Adapazarı	6 700	8 800
17	Anadolu Isuzu	1966	Isuzu	JV	29,8	Gebze/Kocaeli	13 200	13 155
18	MAN.	1966	MAN.	JV	99,9	Ankara	3 700	1 700
19	Güeryüz	n.b.	n.b.	n.b.	n.b.	Bursa	n.b.	600 ³
20	Tata	n.b.	n.b.	n.b.	n.b.		n.b.	3 500 ³
21	Tümosan Traktor	n.b.	n.b.	n.b.	n.b.	Konya	n.b.	15 000 ³
22	Türk Traktor	1954	CNH	JV	37,5	Ankara	n.b.	50 000
23	Hattat (Traktoren)	2002	n.b.	n.b.	n.b.	Tekirdağ	-	15 000
24	Bozok (Traktoren)	n.b.	n.b.	n.b.	n.b.		n.b.	5 000 ³
25	Uzel (Traktoren)	n.b.		L	0,0		n.b.	30 000 ³

JV Joint Venture ADI ausländische Direktinvestition L Lizenzfertigung

Quelle: Zusammenstellung aus ¹ROTHER 2001, ²ISPAT 2014, ³CULPAN u. GURSOY 2009, ⁴OSD 2015

ifl
ifl 2017
Autor: G. Halder
Grafik: T. Balcke

Tab. 4: Fahrzeugbau in der Türkei: Organisationsformen und Produktionskapazitäten 2000 und 2015

und Anstrengungen von Unternehmen und Beschäftigten, Qualität und Produktivität zu verbessern.

Die Bekleidungsindustrie wächst im Vergleich deutlich stärker. Die Anzahl der Unternehmen nimmt von 34.778 im Jahr 2003 auf 53.226 im Jahr 2013 zu, die Beschäftigung wächst entsprechend von 348.559 Beschäftigte auf 527.168 Beschäftigte im Jahr 2013. Gegenüber der Betriebs- und Beschäftigtenzahl

entwickeln sich die leistungsbezogenen Indikatoren verhaltender. So erreicht die Arbeitsproduktivität, gemessen als Wertschöpfung pro Beschäftigtem nach einem starken Rückgang um 20 % erst im Jahr 2013 mit 8.740 Euro das Ausgangsniveau des Jahres 2003. In gleicher Weise nähert sich in jüngster Zeit die durchschnittliche Betriebsgröße mit zehn Beschäftigten wieder dem Ausgangswert des Jahres 2003 an. Unter den Produktsegmenten

haben sich die Bereiche Lederbekleidung sowie Oberbekleidung weniger günstig entwickelt, während der Bereich Wäsche prosperiert (TURKSTAT, 2015).

Der langfristige Erfolg der Unternehmen hängt in hohem Maße von den relativen Veränderungen im Vergleich mit Wettbewerbern ab, von ihrer technologischen Entwicklung, aber auch von der Entwicklung der Faktorkosten, darunter Lohnkosten. Ein wesentlicher

Wettbewerbsvorteil der Türkei, den sie allerdings grundsätzlich mit osteuropäischen und nordafrikanischen Ländern teilt, ist der rasche Zugang zu den Märkten der EU. Allerdings haben sich die exportierenden Bekleidungsunternehmen der Türkei bereits Ende der 1990er Jahre zu Full-Package-Zulieferern entwickelt d. h. sie sind in der Lage, ein fertiges Endprodukt zu liefern und ergänzende Serviceleistungen bereitzuhalten (FERNANDEZ-STARK, FREDERICK u. GEREFFI 2011). Darüber hinaus weisen sie einen relativ hohen Grad an vertikaler Integration auf und beziehen fast 70 % ihrer Vorprodukte vom türkischen Markt. Insgesamt werden damit große Teile der textilen Wertschöpfung in der Türkei erbracht (MCNAMARA 2008). Dennoch haben manche Unternehmen komplementär zur Übernahme höherwertiger Tätigkeiten in Organisation und Logistik, wie es durch Full-Package-Fähigkeit zum Ausdruck kommt, Tätigkeiten mit geringer Wertschöpfung an Unternehmen in Ländern mit günstigeren Kostenstrukturen abgegeben (vgl. dazu grundsätzlich: HUMPHREY u. SCHMITZ 2004).

Wesentliche Impulse für den Wettbewerb zwischen Standorten gehen von veränderten Ansprüchen und Anforderungen der Kunden der Hersteller aus. Während lange Zeit lediglich Preis und Qualität die entscheidenden Größen waren und die gesamte Order zehn Monate vor Saisonstart erfolgte, werden nun Liefergeschwindigkeit und Logistik immer wichtiger. Kunden erwarten zudem eine größere Variantenvielfalt und den Umgang mit kleineren Losgrößen, was u. a. auch eine mikroelektronische Vernetzung und Steuerung der Abläufe voraussetzt. Da die Lagerbestände der Kunden zugleich aus Kostengründen reduziert wurden, ergeben sich für Hersteller vier Schlüsselfaktoren, um den Kundenanforderungen zu genügen (MCNAMARA 2008, S. 16). Es sind dies erstens die physische Nähe zum Markt, zweitens eine angemessene Transportinfrastruktur, drittens eine effiziente Verwaltung der Abläufe und viertens eine angemessene ITC-Infrastruktur.

Die europäischen Kunden beziehen meist Produkte aus mehreren Ländern. Am erwarteten Absatz einer Saison wird ein größeres Kontingent bei gegebener Qualität an preisgünstige Anbieter vergeben. Nachbestellungen und kurzfristige Schwankungen der Nachfrage können aber v. a. von den türkischen Herstellern bewältigt werden, auch wegen der physischen Nähe. Im Sinne einer Mischkalkulation akzeptieren die Kunden deshalb auch etwas höhere Preise der türkischen Hersteller und beziehen auch untergeordnete Volumenaufträge von dort. Türkische Unternehmen sehen andererseits nur geringe Chancen im preislichen Wettbewerb mit Indien, Pakistan oder Bangladesch. Sie erwarten, dass die textile Produktion in der Türkei trotz der gegenwärtigen Erfolge im kommenden Jahrzehnt stark zurückgehen wird und versuchen, sich strategisch im Beispiel Italiens zu orientieren (TOKATLI u. KIZILGÜN 2010). Trends setzen, Produktion moderieren, produzieren lassen ist dabei der entscheidende Dreiklang. Im Ergebnis sollen höherwertige Stufen in den Produktions- und Wertketten besetzt werden, um dem globalen Preiswettbewerb zu entgehen. Nach FERNANDEZ-STARK, FREDERICK und GEREFFI (2011) unternahmen Unternehmen und Organisationen im vergangenen Jahrzehnt erhebliche Anstrengungen, die Designkompetenz aus- und Marken aufzubauen. Der Binnenmarkt und das benachbarte Ausland dienen dabei als Laboratorien und mit zunehmender Erfahrung und steigenden Ressourcen können dann strategisch wichtige Märkte bedient werden, auch im Wettbewerb zu bisherigen Kunden. Diese Vorgehensweise zeigt Parallelen zu ähnlichen Strategien einer Funktionsänderung (functional upgrading) in anderen Branchen, wie sie in SCHMITZ (2004) beschrieben werden. Ein frühes Erfolgsbeispiel aus der Türkei zeigt Mavi-Jeans (TOKATLI u. KIZILGÜN 2004).

Eine herausragende Bedeutung kommt dabei den Istanbul-Fashion-Weeks zu, als Teil einer Strategie, die Istanbul bis zum Jahr 2023 unter die fünf weltweit bedeutendsten Modezentren bringen soll (FERNANDEZ-STARK, FREDERICK

u. GEREFFI 2011). Parallel dazu will sich Bursa als Handelsdrehscheibe entwickeln, mit der Einrichtung des „Buttim“ (Bursa International Textile and Shopping Centre). Es handelt sich dabei um eine Konzentration von 320 Schauräumen für insgesamt etwa 850 Unternehmen, mit einem Schwerpunkt in Heimtextilien, Vorhänge und Dekostoffe. Die Upgrading-Anstrengungen zeigen deutlich eine räumliche Dimension: Der türkische Branchenverband TCMA sieht perspektivisch eine Funktionsteilung zwischen den Landesteilen und versucht, diese strategisch zu entwickeln (TCMA 2010). Während sich der Kernraum um Istanbul und das Marmarameer strategisch stärker tertiärwirtschaftlichen und höherwertigen Tätigkeiten wie Markenaufbau und -pflege, im Bereich Fashion und Design, Marketing und Logistik orientiert, sollen Standorte im zentralen Anatolien und an den Küsten die Arbeitslast qualifizierter Qualitätsproduktion tragen und Ostanatolien mit einer günstigeren Kostenstruktur das preisgünstige Segment bedienen. Diese Strategie berücksichtigt das gegebene räumliche Gefälle in den Qualifikationsstrukturen des Landes. Andererseits wird sie dazu beitragen, die räumlichen Disparitäten des Landes zu konservieren.

In den letzten beiden Jahrzehnten entwickelten sich die Textil- und Bekleidungsbranchen zunehmend zu einer exportwirtschaftlichen Erfolgsgeschichte, welche die negative Zahlungsbilanz des Landes zumindest teilweise entlastete. Seit dem Krisenjahr 2008 nahmen die Textilexporte um ein Viertel auf über 12 Mrd. USD zu, die Bekleidungsexporte um mehr als 20 % auf fast 17 Mrd. USD (Abb. 4 und Abb. 5). Für Bekleidung gelingt in jüngster Zeit eine leichte Diversifizierung der Abnehmerstruktur, die aber immer noch eng an die Nachfrage aus der EU gebunden ist. Dem gegenüber exportiert die Türkei nur noch 45% der Textilien in die EU, d. h. die Abhängigkeit von der EU konnte bereits deutlich verringert werden. Deutschland und Russland sind die größten Einzelabnehmer, auch wenn die russische Nachfrage wegen des

schwierigen wirtschaftlichen Umfeldes jüngst zurückgegangen ist. Auffällig ist der überraschend geringe Bekleidungs-handel mit der Russischen Föderation, der allen alltagspraktischen Erfahrungen in der Türkei zuwiderläuft. Wer mit eigenen Augen allein die Heerscharen der Aufkäufer in Istanbul gesehen hat (vgl. auch SEEGER u. PALENCAR 2006, S. 227ff.), hätte hier andere Dimensionen erwartet. Zum Vergleich sei hier angeführt, dass der Branchenverband TGSD den Bekleidungs-kauf durch Touristen im Jahr 2006 mit 1,9 Mrd. US\$ ausweist, und dieser in den Exportstatistiken nicht enthalten ist. Es ist deshalb anzunehmen, dass im „Osthandel“ Bekleidung teilweise im Tourismushandel enthalten ist.

Schließlich bedarf auch die Entwick-lung des Bekleidungsexports in die USA einer Erklärung. Auch wenn es auffällt, dass diese Exporte seit dem Auslaufen des Welttextilabkommens zurückgehen, greift diese Erklärung allein zu kurz. Verände-rungen der globalen Beschaffungsstrategien in buyer-driven commodity-chains (GEREFFI u. MEMEDOVIC 2003) können in kurzer Zeit erfolgen und wie gezeigt spielen die Liefergeschwindigkeit eine strategisch immer größere Rolle. Zudem verweisen TOKATLI u. KIZILGÜN (2010) da-rauf, dass bilaterale Abkommen und all-gemein Regulierungen nach wie vor eine große Rolle im zwischenstaatlichen Han-del mit Textilien und Bekleidung spielen.

Schlussfolgerungen und offene Fragen

Der vorliegende Beitrag hat auf räum-licher und sektoraler Ebene den wirt-schaftlichen Wandel und die starken Industrialisierungsprozesse in der Tür-kei verdeutlicht. Gleichwohl lassen die Quellen nur ein grobes Verständnis der Prozesse zu, sodass viele Forschungs-fragen offen bleiben. Die nachstehenden Abschnitte sollen Teile des resultierenden Forschungsbedarfs benennen.

In den vergangenen zwei Jahrzehnten lässt sich in der Türkei eine Koevolution von wirtschaftlichem und politischem Wandel feststellen. Der wirtschaftliche Aufstieg des anatolischen Binnenlandes

und eine politische Umgestaltung der Machtverhältnisse in der Türkei müssen als Prozesse betrachtet werden, die sich trotz Teilautonomie wechselseitig stüt-zen. Ein zunehmender wirtschaftlicher Erfolg der anatolischen Provinz legiti-mierte den politischen Machtanspruch der aufstrebenden AKP, was im Ergebnis zu einer weitgehenden Ablösung der al-ten kemalistischen Eliten geführt hat. Auf lokaler Ebene in Anatolien wie auch auf der Ebene des Gesamtstaates vermochten es die neuen Eliten, die Rahmenbedin-gungen für die Wirtschaft entscheidend zu verbessern und Erfolge in Bereichen vorzulegen, an denen bisherige türkische Regierungen scheiterten. Dies betrifft u. a. die Eindämmung der Inflation, die Schaf-fung von Arbeitsplätzen und die Verbrei-terung des Wohlstandes.

Andererseits erfolgte der wirtschaft-liche Aufstieg anatolischer Provinz-metropolen in einer Zeit dynamischer

Globalisierung, in der auch viele Räume in anderen Ländern Industrialisierungs-prozesse durchliefen. Insofern kann von einer „Gunst der Stunde“ gesprochen werden, welche die Akteure ergriffen haben. Dennoch ist der wirtschaftliche Erfolg auch in Anatolien selektiv einge-treten und nicht alle Provinzmetropolen prosperieren gleichermaßen. Im vorlie-genden Beitrag konnten nur für wenige Fallbeispiele erste Hinweise darüber gegeben werden, wie strukturelle Rah-menbedingungen von lokalen Akteuren genutzt wurden, um wirtschaftliche Kom-petenzen und Stärken zu entwickeln und auszubauen. Wenig bekannt sind auch die Gründe für die anhaltende Rückstän-digkeit der weniger erfolgreichen Teil-räume. Insgesamt besteht ein erhebli-cher Forschungsbedarf zum Verständnis der ungleichen Entwicklungsprozesse in der Türkei.

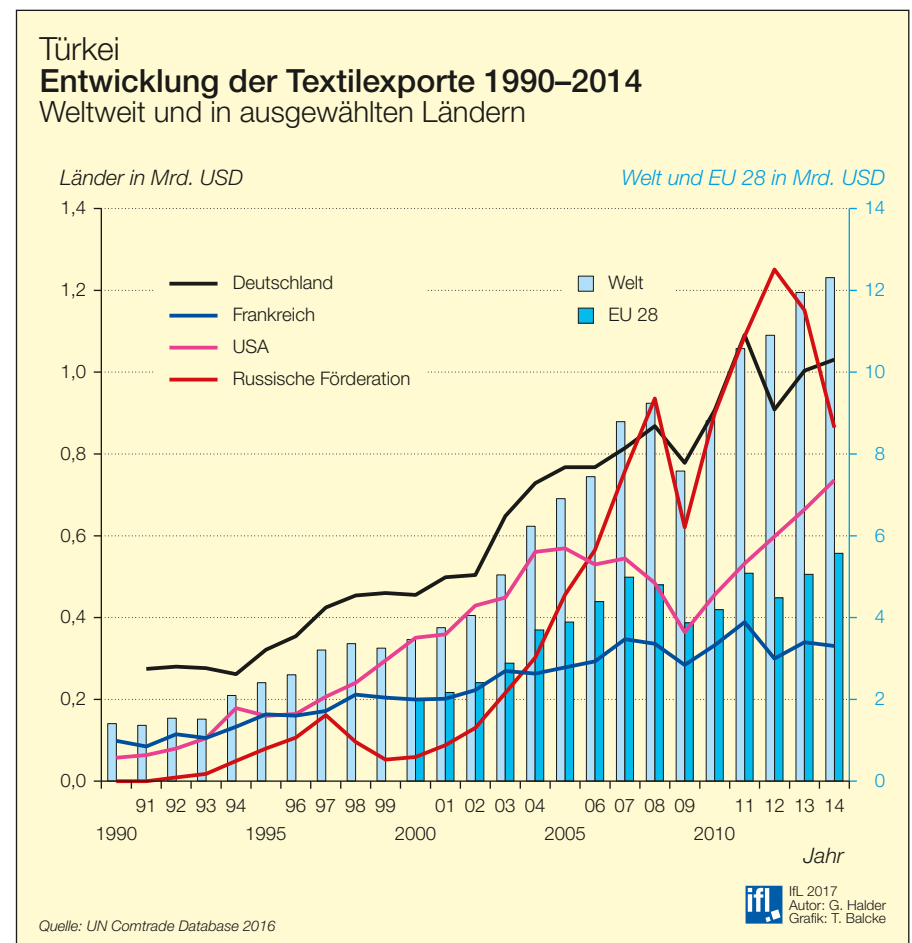


Abb. 4: Entwicklung der Textilexporte aus der Türkei weltweit und in ausgewählte Länder 1990 bis 2014

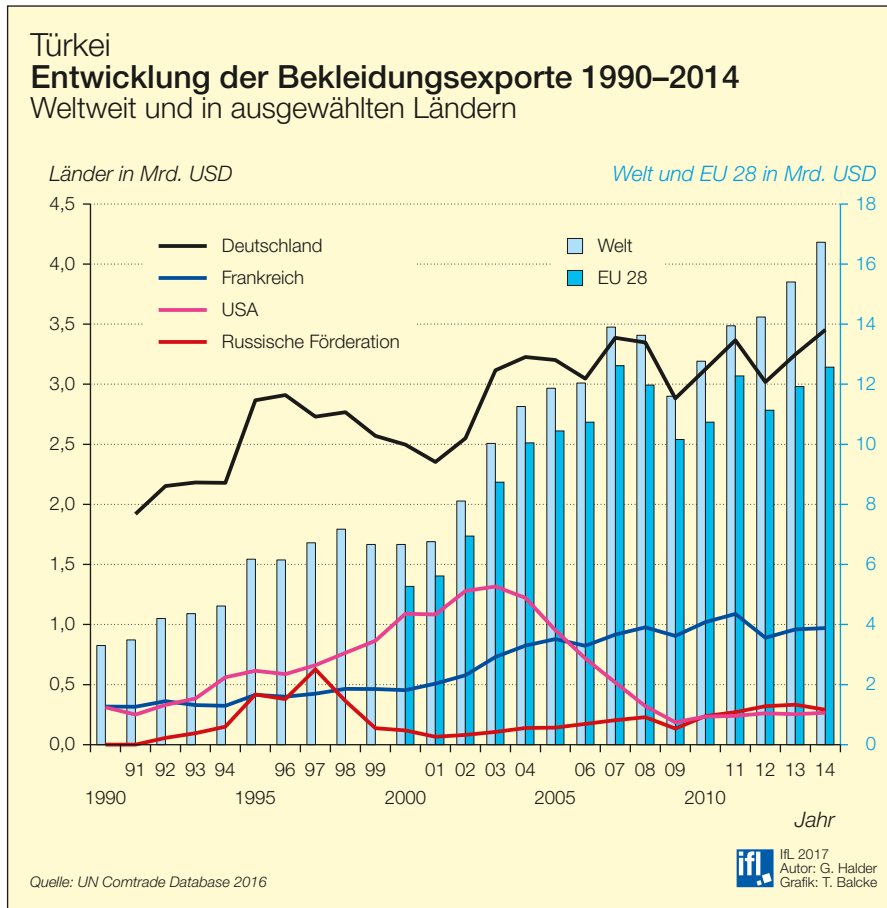


Abb. 5: Entwicklung der Bekleidungsexporte aus der Türkei weltweit und in ausgewählte Länder 1990 bis 2014

Eine andere Ebene für die Betrachtung von Industrialisierungsprozessen ist der sektorale Ansatz. Die Textil- und Bekleidungsindustrien sowie die Automobilindustrie sind für die Türkei Leitbranchen, wegen ihres hohen Exportanteils, ihrer Bedeutung für den Arbeitsmarkt sowie für technologische Lernprozesse und Sickereffekte. Trotz ungünstiger Prognosen zu Beginn des vergangenen Jahrzehnts entwickelten sich diese Branchen überaus erfolgreich. Die Automobilindustrie v.a. wegen der strategischen Entscheidungen der Endfertiger, die Investitionen auszubauen und wichtige Standorte in der Türkei zu vollwertigen Produktionsstätten auszubauen, d. h. die CKD-Fertigung weitgehend aufzugeben. In praktisch allen Montagewerken wurden die Kapazitäten auf 100.000 Fahrzeuge pro Jahr erweitert, die international als Untergrenze für eine rentable Produktion gelten. Von dieser Entwicklung profitierte auch die lokale Zuliefererindustrie die es

vermochte, mehr und höherwertige Teile und Komponenten beizusteuern.

Die Textil- und Bekleidungsindustrien profitieren von der räumlichen Nähe zum und der Integration in den europäischen Markt. Gegenüber kostengünstigeren Wettbewerbern schätzen Kunden insbesondere Liefergeschwindigkeit und Liefertreue, die für Nachbestellungen entscheidend sind. Dennoch sehen die türkischen Akteure zukünftige Chancen vor allem in einer Übernahme von höherwertigen Funktionen in den Produktions- und Wertketten. Sie fördern daher Designkompetenz, Fashion und den Aufbau eigener Marken (funktionalen upgrading). Diese Entwicklung folgt konzeptionellen Vorstellungen und empirischen Beispielen in anderen Ländern. Forschungsbedarf besteht v. a. hinsichtlich der Frage der Umsetzung bekannter Konzepte: Wie gut gelingt es, die Akteure auf ein gemeinsames Ziel zu verpflichten und gemeinsames Handeln anzustoßen?

In welcher Weise erfolgt eine wirtschafts-politische Begleitung durch öffentliche Akteure? Bemerkenswert ist die räumlich differenzierte Strategie des Branchenverbandes TCMA, die Übernahme höherwertiger Funktionen im Westteil des Landes anzustreben und in Ostanatolien das untere Preissegment der textilen Produktion zu unterstützen.

Weitere offene Forschungsfragen betreffen die wirtschaftlichen Konzentrationen in der Türkei. Die Autoren zahlreicher Arbeiten verorten ihre Fallbeispiele in den Ansätzen wirtschaftlicher Cluster und der Industriedistrikte. Kaum thematisiert werden jedoch kulturelle Unterschiede, die Einfluss auf die zugrunde liegenden Prozesse nehmen können. Haben die personen- und familienbezogenen Netzwerke Einfluss auf Kooperationsprozesse, auf Institutionen und Handlungen der Konkurrenz, auf gemeinsames Handeln zur Beseitigung von Engpassfaktoren, auf die Weitergabe von Wissen auf Gegenseitigkeit? Wie wirkt sich darauf die stark hierarchische Sozialstruktur aus? In welcher Form existiert local buzz (BATHELT, MALMBERG u. MASKELL 2004), in welcher Form wirken Lokalisations- und Urbanisationsfaktoren in Räumen, die traditionell Unternehmen derselben Branchen in enger Nachbarschaft angesiedelt werden, auch in riesigen organisierten Industrieparks?

Zur Konstruktion von Identität und der Verpflichtung auf gemeinsame (wirtschaftliche) Ziele, wie es u. a. in dem Topos der „islamischen Calvinisten“ zum Ausdruck kommt, liegen keine sozialwissenschaftlichen Erkenntnisse vor. Neben der regionalen Erzählung aus Kayseri entwickeln sich in der Türkei auch Metaerzählungen, um die Bevölkerung auf neue Ziele vorzubereiten, die eine besondere Rolle für die Türkei reklamieren. Auch aus konstruktivistischer Sicht finden sich damit auf unterschiedlichen räumlichen Ebenen Ansätze für eine weitere Beschäftigung mit einem wichtigen Raum in unserer Nachbarschaft, der in jüngerer Zeit der fachlichen Aufmerksamkeit eher entgangen ist.

Literatur

- ABELE, E., J. KLUGE u. U. NÄHER (2006): Handbuch Globale Produktion. München.
- AKGÜNGÖR, S. (2006): Geographic concentrations in Turkey's manufacturing industry: identifying regional highpoint clusters. In: *European Planning Studies*, Jg. 14, H. 2, S. 169-197.
- AKTAY Y. (2000): Türk Dinin Sosyolojik İmkani. İstanbul.
- ATIYAS, I. u. O. BAKIS (2013): The regional dimension of productivity and exports in Turkey: Evidence from firm-level data. Unveröffentlichtes Tagungsmanuskript: Comparative Analysis of Enterprise Data Conference, Atlanta, 18.-20.09.2013.
- ATIYAS, I. u. O. BAKIS (2015): Structural change and industrial policy in Turkey. In: *Emerging Markets Finance & Trade* 51, S. 1209-1229.
- BATHELT, H., A. MALMBERG u. P. MASKELL (2004): Clusters and knowledge: local buzz, global pipelines and the process of knowledge creation. In: *Progress in Human Geography* 28, S. 31-56.
- BUĞRA, A. (1994): State and business in modern Turkey. New York.
- BUĞRA, A. (1997): The claws of the „Tigers“. Privateview, Autumn 1997. – <http://www.tusiad.org/Yayin/private/autumn97/html/bugra.html>, Zugriff vom 23.11.2012.
- CENGİZ, K. (2012): The tale of industrialization in a small town in Turkey: Hacılar-Kayseri. PhD Thesis, Ankara: Middle East Technical University.
- CEPS/WIIW – Centre for European Policy Studies/Wiener Institut für Internationale Wirtschaftsvergleiche (2005): The textiles and clothing industries in an enlarged community and the outlook in the candidate states. Final Report, Part 1 Supplement: Turkey.
- CHOPRA, A. u. A. HUSAIN (2011): Turkey IMF staff report for the 2011 article IV consultation. IMF Report, 14. November 2011.
- CULPAN, R. u. G. GURSOY (2009): A strategic shift of automobile manufacturing firms in Turkey. In: *International Journal of Business and Emerging Markets* 1, Nr. 3, S. 211-231.
- DELOITTE (2010): Turkish automotive industry report. Bericht für die Investment Support and Promotion Agency of Turkey. <http://www.invest.gov.tr>, Zugriff vom 29.02.2012.
- DEMİR, Ö., M. ACAR u. M. TOPRAK (2004): Anatolian Tigers or Islamic Capital: Prospects and Challenges. In: *Middle Eastern Studies* 40, H. 6, S. 166-188.
- DPT – Devlet Planlama Teşkilatı (2014): The Tenth Development Plan 2014-2018. Ankara.
- ERSOY, A. (2011): Dynamics and drivers of Turkish regional development. A curate's egg. Birmingham: School of Geography and Environmental Sciences: Diss. 2011.
- ESI – European Stability Initiative (2005): Islamische Calvinisten. Umbruch und Konservatismus in Zentralanatolien. www.esiweb.org, Zugriff vom 17.08.2008.
- EVREN, Y. (2002): Supply Networks in the Car Industry. Do Peripheral Economies Perform Specific Tasks? Lessons from the Turkish Car Industry. In: *European Planning Studies* 7, H. 4, S. 283-302.
- FERNANDEZ-STARK, K., S. FREDERICK u. G. GEREFFI (2011): The Apparel Global Value Chain. Economic upgrading and workforce development. In: Gereffi, G., K. Fernandez-Stark u. P. Psilos (Hrsg.): Skills for upgrading. Workforce Development and Global Value Chains in Developing Countries. Duke Univ. CGGC Research Report. Durham, S. 75-131.
- GEREFFI, G. u. E. EVGENIEV (2008): Textile and apparel firms in Turkey and Bulgaria. *Economic Studies* 17, H.3, S. 148-179.
- GEREFFI, G. u. O. MEMEDOVIC (2003): The global apparel value chain: What prospects for upgrading by Developing Countries? UNIDO, Strategic Research and Economics Branch Paper. Genf.
- GEREFFI, G., u. M. KORZENIEWICZ (1994) (Hrsg.): *Commodity chains and global capitalism*. Westport.
- HARRISON, B. (1994): *Lean and mean. Why large corporations will continue to dominate the global economy*. New York.
- HERR, H., u. Z. SONAT (2013): Neoliberal unshared growth regime of Turkey in the post 2001 period. *International Labour Organization / Global Labour University*, WP 19.
- HOPKINS, T. u. I. WALLERSTEIN (1994): Commodity chains: construct and research. In: Gereffi, G. u. M. Korzeniewicz (Hrsg.): *Commodity chains and global capitalism*. Westport, S. 17-20.
- HOSGÖR, E. (2011): *Islamic Capital / Anatolian Tigers: Past and Present*. *Middle Eastern Studies* 47, H. 2, S. 343-360.
- HUMPHREY, J. u. H. SCHMITZ (2004): Chain governance and upgrading – taking stock. In: Schmitz, H. (Hrsg.): *Local enterprises in the global value chain. Issues of governance and upgrading*. Cheltenham, S. 349-381.
- HÜTTEROTH, W.-D. u. V. HÖHFELD (2002): Türkei. Darmstadt.
- IMF (2015): World Economic Outlook Database. <http://www.imf.org>, Zugriff vom 17.07.2016.
- ISPAT – Investment Support and Promotion Agency of Turkey (2014): Turkey's automotive industry. <http://www.invest.gov.tr>, Zugriff vom 15.12.2015.
- KAYA, A. (2006): Regional specialization and location of industrial activity in Turkey. Izmir: Ege University Working Paper 06/06.
- KEYMAN, E. u. B. KOYUNCU (2005): Globalization, alternative modernities and the political economy of Turkey. *Review of International Political Economy* 12, H. 1, S. 105-128.
- KRAMER, S. (2007): Die Türkei auf dem Weg in die nach-kemalistische Republik. In: SWP aktuell 2007 A48.
- KUTLAY M. (2015): The Turkish economy at the crossroads. Unpacking Turkey's current account challenge. TOBB University of Economics and Technology, WP10, Ankara.
- MCNAMARA, K. (2008): The global textile and garments industry: The role of information and communication technologies (ICTs) in Exploiting the Value Chain. Studie für die Weltbank, Washington D.C.
- MOORE, P. u. DANNREUTHER, C. (2009): Turkey in the world system and the new orientalism. In: Moore, P. u. O. Worth (Hrsg.): *Globalization and the new semi-peripheries*. Palgrave, S. 138-156.

- OECD (2008): Turkey. OECD Economic Surveys 14, July 2008. http://dx.doi.org/10.1787/eco_surveys-tur-2008-en, Zugriff vom 05.03.2014.
- OECD (2011): Trade in value added (TIVA) database. <https://stats.oecd.org/>, Zugriff vom 17.05.2016.
- OECD (2014): Turkey. OECD Economic Surveys. http://dx.doi.org/10.1787/eco_surveys-tur-2014-en, Zugriff vom 14.11.2015.
- OECD (2015): Economic Outlook and Productivity Database, Zugriff vom 17.08.2015.
- OSD – Automotive Manufacturers Association (2015): General and Statistical Information. Bulletin 2015-5. <http://www.osd.org.tr>, Zugriff vom 19.02.2016.
- ÖZASLAN, M. (2005): Recent Local development Models in Turkey. In: Turkish Policy Quarterly 4, H. 3. Onlineausgabe: <http://www.turkishpolicy.com>, Zugriff vom 17.10.2012.
- ÖZCAN, G. B. (1996): Kayseri – The city of the cunning entrepreneurs. In: Private View, Spring-Summer 1996, S. 70-74.
- ÖZTURK, M. u. O. ARAS (2011): Foreign capital investments and economic crisis in Turkey. In: International Journal of Social Sciences and Humanity Studies 3, H. 1, S. 323-335.
- PAMUK, S. (2008): Globalization, industrialization and changing policies in Turkey. New Perspectives on Turkey 38, S. 267-273.
- PAMUK, S. (2010): Economic growth and institutional change in Turkey before 1980. In: Çetin, T. u. F. Yilmaz (Hrsg.): Understanding the Process of Economic Change in Turkey. New York, S. 15-30.
- PÉROUSE, J.-F. (2010): Ist die Marmara-Region wirklich entwickelt? In: Geographische Rundschau 62, H. 1, S. 28-33.
- ROTHER, L. (2001): Die Automobilindustrie. Eine Säule der türkischen Wirtschaft. Geographie Heute 22, H. 188, S. 12-16.
- SAXENIAN, A. (2006): The new Argonauts: Regional Advantage in a Global Economy. Cambridge.
- SAXENIAN, A. u. C. SABEL (2008): Venture capital in the periphery. The new argonauts, global search, and local institution building. In: Economic Geography 84, H. 4, S. 379-394.
- SCHMITZ, H. (2004) (Hrsg.): Local enterprises in the global economy: Issues of governance and upgrading. Cheltenham.
- SCHMITZ, H. u. P. KNORRINGA (2000): Learning from global buyers. In: The Journal of Development Studies 37, H. 2, S. 177-205.
- SEEGER, M. u. F. PALENCAR (2006): Istanbul – Metropole zwischen den Kontinenten. Stuttgart.
- SEUFERT, G. (2012): Außenpolitik und Selbstverständnis. Die gesellschaftliche Fundierung von Strategiewechseln der Türkei. SWP Studie 50.
- STREECK, W. (2013): Gekaufte Zeit. Die vertagte Krise des demokratischen Kapitalismus. Berlin.
- TAN, B. (2001): Overview of the Turkish textile and apparel industry. Harvard Center for Textile and Apparel Research, Cambridge: unveröffentlichtes Forschungspaper.
- TAYSAD – Association of Automotive Parts and Components Manufacturers (2010): Turkish Automotive Industry. Taysad Magazine, 12. Jg., H. 54, Juli/August 2010.
- TCMA – Turkish Clothing Manufacturers Association (2010): Horizon 2015 – Turkish apparel sector roadmap. Unveröffentlichter Projektbericht. <http://www.tgsd.org.tr>, Zugriff vom 29.02.2012.
- TÖPFER, H. (2005): Development potentials and their spatial patterns in Turkey. In: Erdkunde 59, H. 1, S. 50-59.
- TOK, E. (2008): Anatolian Cities and the new spirit of Turkish capitalism. Turkish Policy Quarterly 7, H. 4, S. 81-89.
- TOK, E. (2014): Does “embeddedness” creates miracles? The case of the “Anatolian Tigers” in Turkey. In: European Journal of Research on Social Sciences 1, H. 2, S. 25-43.
- TOK, E. (2015) Islamic vs. secular business interests. Towards Turkey's new state spaces. In: Journal of Islamic Studies and Culture 3, H. 1, S. S81-592.
- TOKATLI, N. u. Ö. KIZILGÜN (2004): Upgrading in the global clothing industry: Mavi Jeans and the transformation of a Turkish firm from full-package to brand-name manufacturing and retailing. Economic Geography 80, H. 3, S. 221-240.
- TOKATLI, N. u. Ö. KIZILGÜN (2010): Coping with the changing rules of the game in the global textiles and apparel industries: evidence from Turkey and Morocco. Journal of Economic Geography 10, S. 209-229.
- TURKSTAT (2013): Annual Industry and Service Statistics. <http://www.turkstat.tr>, Zugriff vom 09.03.2016.
- TURKSTAT (2015): Regional accounts database. <http://www.turkstat.tr>, Zugriff vom 19.09.2015.
- UGLEN, S. (2010) A place in the sun or fifteen minutes in fame? Understanding Turkey's new foreign policy. Carnegie Europe: Carnegie Papers No 1, December 2010.
- ULUSOY, Y. (2010): Die Türkei. Ein neuer regionaler Akteur im Nahen und Mittleren Osten. In: Geographische Rundschau 62, H. 1, S. 4-11.
- UN COMTRADE (2016): United Nations Commodity Trade Statistics Database. <http://comtrade.un.org>, Zugriff vom 29.02.2016.
- YILMAZ, A. (2011): Ein Auto von A bis Z. Die Türkei plant eine eigene Automarke. Ost-West-Contact 11/2011 (Special Türkei), S. 40-41.
- YÖRÜKOĞLU, M. u. U. A. ÇUFADAR (2008): Capital flows to Turkey: financial implications and policy responses. Bank of International Settlement: BIS Paper No 44. Basel, S. 467-484.

Dr. Gerhard Halder
 Universität Tübingen
 Geographisches Institut
 Rümelinstr. 19-23
 72070 Tübingen
gerhard.halder@uni-tuebingen.de

Резюме

ГЕРХАРД ХАЛЬДЕР

Экономическое развитие Турции между интеграцией в мировое хозяйство и политическими вызовами

В статье представлена структурная трансформация турецкой экономики в контексте социально-экономических изменений и растущей интеграции в глобальную экономику. Изменения относятся к территориальному и отраслевому уровню и объясняются эндогенными и экзогенными факторами. Среди эндогенных факторов следует в первую очередь отметить превращение метрополий анатолийских провинций в крупные центры промышленного производства, которые становятся всё более независимыми от Стамбула. Несмотря на сохраняющееся доминирование Северо-Запада, во многих анатолийских городах экономика развивается динамичнее. Параллельно и в связи с экономическим подъёмом этих «анатолийских тигров» происходит и политический подъём Партии справедливости и развития (ПСР). Целью при этом была замена ранее преобладавшей кемалистской элиты в бизнесе и политике. Эти процессы могут быть социально-политически наполнены авторитарно-консервативным, а экономико-политически - либеральным содержанием. Во многих провинциальных центрах между бизнесом и политикой возник соответствующий паритет, послуживший основой для экономического успеха и в результате легитимировавший переход власти к ПСР на уровне страны. Экзогенные факторы экономического успеха лежат прежде всего в интеграции в рамках производственных сетей. Турецким компаниям всё лучше удаётся доступ к технологиям, проектам и брендам. Это проявляется в основных секторах автоиндустрии, текстильной и швейной промышленности, которые вместе взятые обеспечивают почти одну треть занятых в промышленном производстве в Турции.

Турция; структурные изменения; Анатолийские тигры; производственные цепочки; текстильная и швейная промышленность; автомобильная промышленность

Résumé

GERHARD HALDER

Le développement économique de la Turquie, entre intégration dans le marché mondial et défis politiques

Le présent article expose la mutation structurelle de l'économie turque dans le contexte des évolutions sociétales et d'une intégration croissante dans les circuits économiques mondiaux. Cette mutation est liée aux niveaux sectoriel et territorial et justifiée par des facteurs endogènes et exogènes. En ce qui concerne les facteurs endogènes, il convient de mentionner en premier lieu la croissance des métropoles régionales d'Anatolie en tant que places fortes de la production industrielle et qui s'émancipent de plus en plus d'Istanbul. Bien que le nord-ouest domine encore, la dynamique économique se renforce dans de nombreuses villes d'Anatolie. Parallèlement à la croissance économique de ces «tigres anatoliens» et en lien avec celle-ci, on assiste à l'ascension politique de l'AKP. Dans le cadre de la représentation des intérêts de la province en pleine expansion, l'objectif était le remplacement des élites kémalistes qui dominaient jusqu'ici l'économie et la politique. Les contours de ce contre-pouvoir peuvent être esquissés en termes de politique sociale avec une position autoritaro-conservatrice, et en matière de politique économique avec une position libérale. Dans de nombreuses métropoles de province, il existait un consensus entre économie et politique, qui a constitué la base de la réussite économique et a enfin légitimé l'accession au pouvoir de l'AKP à l'échelle nationale. Les facteurs exogènes du succès économique résident principalement dans l'intégration dans les réseaux de production. Les entreprises turques accèdent de plus en plus au développement technologique et renforcent leurs compétences en matière de design et de valorisation des marques. Cela s'illustre dans les secteurs importants que sont l'industrie automobile et les secteurs du textile et de l'habillement, qui représentent à eux seuls près d'un tiers des employés de l'industrie en Turquie.

Turquie; mutation structurelle; tigres anatoliens; chaînes de production; industrie du textile et de l'habillement; industrie automobile